

T.C.
ADİYAMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER ANA BİLİM DALI

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANIMLARININ ELEŞTİREL OKURYAZARLIK
BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AZİZ GÖÇER

DANIŞMAN
DOÇ. DR. SEDAT EROL

ADİYAMAN, 2025

ÖZET

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARININ ELEŞTİREL OKURYAZARLIK BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Aziz GÖÇER

**Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Ana Bilim Dalı/Türkçe Eğitimi Bilim Dalı
Adıyaman Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Eylül/2025 Sayfa: 72**

Danışman: Doç. Dr. Sedat EROL

Sosyal medya bireylerin dijital ortamlarda bir araya geldiği, içerik paylaşımında bulunduğu sanal ortamlardır. İletişimin, bilgiye erişimin kaynağı haline gelen sosyal medyada dolaşan bilgileri, görselleri doğru değerlendirmek için bilinçli bir sosyal medya okuryazarı olmak gerekir. Sosyal medya kullanıcısının karşısına çıkan bütün bilgilerin, içeriklerin doğru olup olmadığını anlayabilmesi, olumlu ya da olumsuz yönlerini fark edebilmesi, taraflı ya da tarafsız olup olmadığını değerlendirebilmesi eleştirel bir bakış açısına sahip olmasıyla ilgilidir. Bu bağlamda bu araştırmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını eleştirel okuryazarlık bağlamında değerlendirmek ve bilinçli sosyal medya okuryazarı olmaları noktasında öneriler ortaya koymak amaçlanmıştır. Nitel araştırma desenlerinden olgubilimin kullanıldığı araştırma sürecinde Gaziantep ilinde bir ortaokulda 5, 6, 7 ve 8. sınıfta öğrenim gören 80 öğrenci ile görüşülmüştür. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, görsel ve işitsel unsurların yer aldığı uygulamaların ortaokul öğrencileri tarafından daha çok tercih edildiği, öğrencilerin günlük en az 1 saat sosyal medyada vakit geçirdikleri ve çoğunlukla birden fazla hesaplarının olduğu, daha çok eğlenmek ve bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı kullandıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte karşılaştıkları içerikleri doğrulamada eksik kaldıkları, sosyal medyayı üretimden çok tüketim aracı olarak kullandıkları, sosyal medyanın ders başarılarını olumsuz etkilediğini düşündükleri ve sosyal medya fenomenlerine yönelik daha çok olumsuz bir bakış açısına sahip oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar ışığında medya okuryazarlığı dersinin ortaokullarda zorunlu hale getirilmesi, eleştirel okuryazarlık eğitimlerinin verilmesi, sosyal medya uygulamaları aracılığı ile eğitsel içeriklerin sunulması ve sosyal medyada geçirilen sürenin kısaltılması amacıyla kültürel ve sportif faaliyetlere erişimin kolaylaştırılması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ortaokul; Sosyal Medya; Okuryazarlık; Eleştirel Okuryazarlık.

ABSTRACT

EVALUATION OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS' SOCIAL MEDIA USE IN THE CONTEXT OF CRITICAL LITERACY

Aziz GOCER

**Department of Turkish and Social Sciences Education, Division of Turkish Education
Adıyaman University, Graduate Education Institute, Sep/2025 page: 72
Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Sedat EROL**

Social media is a virtual environment where individuals come together and share content in digital environments. It has become a source of communication and access to information, and it's essential to be consciously social media literate to accurately evaluate the information and images circulating on social media. A social media user's ability to understand whether all information and content they encounter is accurate, to recognize its positive and negative aspects, and to evaluate whether it is biased or unbiased depends on having a critical perspective. In this context, this study aimed to evaluate middle school students' social media use within the context of critical literacy and to offer suggestions for becoming consciously social media literate. Using phenomenological research designs, the research process interviewed 80 students in the 5th, 6th, 7th, and 8th grades at a middle school in the province of Gaziantep. A semi-structured interview form developed by the researcher was used as the data collection tool. The research found that applications that include visual and audio elements are more preferred by middle school students. Students spend at least one hour a day on social media, often have multiple accounts, and primarily use social media for entertainment and information. However, the findings indicated that they were less likely to verify the content they encountered, used social media as a tool for consumption rather than production, believed that social media negatively impacted their academic performance, and held a more negative view of social media influencers. Based on these findings, it was recommended that media literacy courses be made compulsory in middle schools, critical literacy training be provided, educational content be presented through social media applications, and access to cultural and sporting activities be facilitated to reduce the time spent on social media.

Keywords: Middle School; Social Media; Literacy; Critical Literacy.

TEŞEKKÜR ve ÖNSÖZ

Yaşadığımız dijital çağda insanların sosyal medya kullanımlarının gittikçe arttığı bilinmektedir. Sosyal medya çeşitli nedenlerle çeşitli platformlar aracılığı ile çocuklar tarafından da yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu çalışma ile ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının eleştirel okuryazarlık bağlamında değerlendirilmesini amaçladık.

Bu süreçte bana her zaman ilham kaynağı olan oğlum Ali Aras GÖÇER'e, yüksek lisans eğitimimin her anında yanımda olup beni destekleyen eşim Şeyma GÖÇER'e, eğitim hayatımın her anında desteklerini hissettiğim aileme varlıkları için teşekkür ederim.

Tez sürecimin her anında bilgi birikimi ve tecrübeleri ile yol göstericim olmasının yanı sıra bir dost gibi samimi ve içten bir şekilde destekçim olan danışmanım Doç. Dr. Sedat EROL'a teşekkürü bir borç bilirim.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Adıyaman Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

(İmza)

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
BAŞLIK SAYFASI.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	ix
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Amacı.....	3
1.2. Araştırmanın Önemi	4
1.3. Sayıtlar (Varsayımlar).....	4
1.4. Sınırlılıklar	4
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	6
2.1. Medya Okuryazarlığı.....	6
2.2. Medya Okuryazarlığının Tarihsel Süreci	7
2.3. Medya Okuryazarlığı ile İlişkili Okuryazarlık Türleri.....	11
2.3.1. Görsel okuryazarlık.....	11
2.3.2. Bilgi okuryazarlığı.....	12
2.3.3. Elektronik okuryazarlık	12
2.3.4. İnternet okuryazarlığı.....	14
2.3.5. Eleştirel okuryazarlık.....	16
2.4. Sosyal Medya ve Eleştirel Okuryazarlık	19
2.5. İlgili Araştırmalar	26
3. YÖNTEM.....	33
3.1. Araştırmanın Modeli.....	33
3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu.....	33
3.3. Verilerin Toplama Süreci ve Araçları.....	33
3.4. Verilerin Analizi.....	34
4. BULGULAR VE YORUMLAR.....	36
4.1. Birinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular.....	36

4.2. İkinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular.....	37
4.3. Üçüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	38
4.4. Dördüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular.....	39
4.5. Beşinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	40
4.6. Altıncı Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	41
4.7. Yedinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	43
4.8. Sekizinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	45
4.9. Dokuzuncu Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	47
4.10. Onuncu Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	48
4.11. On Birinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular.....	49
4.12. On İkinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular.....	51
4.13. On Üçüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	52
4.14. On Dördüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular.....	53
4.15. On Beşinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	54
4.16. On Altıncı Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular	56
5.TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	57
KAYNAKÇA	66
EKLER	
ÖZ GEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Sosyal Medya Zaman Çizelgesi.....	19
Tablo 2.2. Dünya genelinde en çok kullanıcıya sahip sosyal medya ağları.....	22
Tablo 4.1. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamaların sınıf düzeylerine göre dağılımı.....	36
Tablo 4.2. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	36
Tablo 4.3. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri süreye ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı.....	37
Tablo 4.4. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri süreye ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	38
Tablo 4.5. Ortaokul öğrencilerinin ilk sosyal medya hesaplarını ne zaman (kaç yaşında) açtıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı.....	38
Tablo 4.6. Ortaokul öğrencilerinin ilk sosyal medya hesaplarını açma zamanlarına (kaç yaşında) ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	39
Tablo 4.7. Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı.....	39
Tablo 4.8. Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	40
Tablo 4.9. Ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum veya kişilere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı.....	40
Tablo 4.10. Ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum veya kişilere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	41
Tablo 4.11. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlarla kullandıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı.....	42
Tablo 4.12. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	42
Tablo 4.13. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri.....	43
Tablo 4.14. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı değerlendirmelere ilişkin bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı.....	44

Tablo 4.15. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı değerlendirmelere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	45
Tablo 4.16. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada hangi içerikleri (paylaşımları) ürettiklerine ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı...	45
Tablo 4.17. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada hangi içerikleri (paylaşımları) ürettiklerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	46
Tablo 4.18. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada içerikleri (paylaşımları) üretme amaçlarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı....	47
Tablo 4.19. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada içerikleri (paylaşımları) üretme amaçlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	47
Tablo 4.20. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl doğruladıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı.....	48
Tablo 4.21. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl doğruladıklarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	48
Tablo 4.22. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı.....	49
Tablo 4.23. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	50
Tablo 4.24. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı.....	51
Tablo 4.25. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı...	51
Tablo 4.26. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada dikkatlerini çeken içeriklere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı.....	2
Tablo 4.27. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada dikkatlerini çeken içeriklere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	52
Tablo 4.28. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulgular.....	53
Tablo 4.29. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı.....	54

Tablo 4.30. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	54
Tablo 4.31. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve bu fenomenlerin kendilerini nasıl etkilediklerine yönelik görüşlerine ilişkin bulgular.....	54
Tablo 4.32. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve bu fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı.....	55
Tablo 4.33. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve sosyal medya fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	55
Tablo 4.34. Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulgular.....	56
Tablo 4.35. Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı.....	57
Tablo 4.36. Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı.....	57

1. GİRİŞ

İnsanlar tarih boyunca yaratılışları gereği tek başına yaşamaktan uzak durmuşlardır. İlk çağlardan beri edinilen bilgilere göre insanoğlu sürekli iletişim ve etkileşim halinde yaşamını sürdürmüş, sosyallik olgusunu geliştirmiş ve sosyal bir varlık olarak süregelmiştir. Bu süreçte insanların dış dünyaya açıldığı kapı olan dil, farklı bölgelerde farklı topluluklarda farklı şekillerde gelişmiştir. Duygu ve düşüncelerin paylaşımı vasıtasıyla zamanla insanlar için en temel yaşam malzemesi haline gelen dil, birlikte yaşamın anahtarı olmuştur. Her toplum, kurallarına sadık kalarak dilini kullanmaya ve gün geçtikçe iletişim ortamlarını zenginleştirmeye devam etmiştir. İnsanlığın gelişimi, duygu ve düşüncelerle birlikte iletişim ortamlarında da köklü değişimleri beraberinde getirmiştir. Son dönemlerde özellikle teknolojik gelişmeler sayesinde iletişim kurma sürecinde birtakım değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. *“Anlık iletişimin kurulduğu, sürekli yenilenmeyle sınırsız bir ilerlemenin kaydedildiği dijital ortamların gerek bireylerin gerekse toplumların hayatının önemli bir parçası hâline gelmesi ve artık bireyler arası iletişimin büyük bir kısmının dijital ortamlar aracılığıyla sağlanması bu sürecin doğal bir sonucu olmuştur”* (Erol, 2021: 119). Bireylerin iletişim kurduğu yeni bir yaşam alanı olarak sosyal medya platformları da bu süreçte giderek önemini arttırmıştır.

Sosyal medya, bireylerin dijital ortamlar vasıtası ile duygu ve düşüncelerini ifade ettiği sanal ortamlardır. Burada bireyler kendileri gibi düşünen insanları bulduğu gibi kendisinden farklı olan bireylerle de karşılaşmakta ve etkinlikler yapabilmekte; aralarında herhangi bir mesafe olmaksızın iletişim kurabilmektedir (Sarsar, 2020). Bireyler, bu sanal dünyada kendilerine ait profiller oluşturup diğer bireyleri bu profillere ulaşmaya davet ederek, e-posta ve anlık mesajlar göndererek (Kaplan ve Haenlein, 2010) iletişim sağlamakta, motive olup sosyalleşmektedir. Buradan hareketle sosyal medya; iki yönlü iletişime ve etkileşime olanak sağlayan, bireylerin hem üreten hem de tüketen konumunda bulunduğu, istenilen içeriğin paylaşıldığı ve kayıt altına alındığı sanal ortamlar şeklinde tanımlanabilir (Erol, 2021).

Yeni nesil yaşam alanları olarak görülen sosyal medya ortamları, anında dönütlere imkân sağlaması, içeriklerin kayıt altına alınıp farklı zamanlarda ve mekânlarda erişilebilmesi yönüyle sosyal ilişkilerde zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırmıştır (Eserdi, Erol ve Çıkan, 2025). Sosyalleşmek isteyen bireyler artık evden çıkıp kalabalık gruplara karışmaktansa evde bir tuşa basarak sosyal medya platformları aracılığıyla yüzlerce insan ile iletişime geçebilmektedir. Mc Luhan'ın “küresel köy” teorisini akla getiren sosyal medya, her geçen gün yenilikler kazanmakta ve bu sayede de sürekli bir gelişim içinde olan teknolojiye

uyum sağlayarak hep “yeni” kalmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015). Sosyal medya sürekli gelişim ve değişim içerisinde bulunarak gençler için bir cazibe merkezi haline gelmektedir. Sosyal medyada her geçen gün daha çok birey düşüncelerini ifade etmekte, çeşitli bilgi, fotoğraf ve videolar paylaşmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015). İçeriği kısa bir sürede oluşturma ve paylaşma imkânı sağlayan sosyal medyada bireyler belki de insanlık tarihinde ilk defa bu kadar içerikle karşılaşmış ve doğru-yanlış, iyi-kötü, güzel-çirkin ayrımı yapmak zorunda kalmıştır (Erol, 2021). Bu durum sosyal medyayı kullanan bireylerin donanımlı, bilinçli, amaçlı ve sorgulayıcı bir okuryazar olmasını, bir başka deyişle eleştirel okuryazar olmasını zorunlu kılmıştır. Çünkü sosyal medyada yer alan içerikleri doğru anlamak ve yorumlamak ya da içerik üretirken çok yönlü bakış açısıyla süzgeçten geçirmek ve paylaşımda bulunmak gerekmektedir. Çünkü yoğun ve karmaşık bir veri akışı içerisinde kalan sosyal medya okuryazarı, paylaşılan içeriklerde farklı anlamların olabileceğini keşfetmeli, verilen mesajları iyi değerlendirmeli, içerikte yer alan propaganda araçlarını, ikna yollarını irdelemelidir. Bununla birlikte bilinçli bir sosyal medya okuryazarı kendi içeriklerini oluşturabilecek donanıma sahip olmalı ve neyi, niçin ürettiğini/kullandığını bilmelidir (Eserdi, Erol ve Çıkan, 2025).

İlgili alanyazın incelendiğinde bireylerin medya okuryazarlık durumları ve eleştirel okuryazarlıklarının incelenmesiyle ilgili bazı çalışmalar (Aktaş Avcı, 2024; Arke, 2005; Bircan, 2022; Görmez, 2014; Karaman, 2016; Karaman ve Karataş, 2009; Kurt ve Kürüm, 2010; Öztay ve Öztay, 2021) yapıldığı belirlenmiştir. Özel bir alan olarak sosyal medyayla ilgili yapılan önemli çalışmalar da (Açar ve Demir, 2025; Ağaoğlu Taşçı ve Durmaz, 2021; Arıkan ve Karasu, 2016; Ata ve Yıldırım, 2016; Durak ve Seferoğlu, 2016; Eserdi, Erol ve Çıkan, 2025; Güney, 2018; Özkaya, 2023; Öztürk ve Akgün, 2012; Sezgin vd., 2011; Tanrıverdi ve Sağır, 2014; Uzun, 2016; Üztemur ve Dinç, 2020; Vural ve Bat, 2010) tespit edilmiştir. Bu çalışmalar incelendiğinde sosyal medya uygulamalarının incelenmesi, sosyal medya algısı, sosyal medyadaki riskler gibi konularla birlikte sosyal medya kullanımına ilişkin lise ve üniversite öğrencileri gibi yetişkin gruplara yönelik nicel çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan sadece Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) araştırmalarında ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumlarını incelemiştir. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını eleştirel okuryazarlık bağlamında incelemeyi amaçlayan bu araştırmada diğer çalışmalardan farklı olarak ortaokul öğrencilerinin tamamıyla, sınıf düzeyi ve cinsiyet gibi değişkenler kullanılarak eleştirel okuryazarlık odağında çalışılmıştır.

1.1.Araştırmanın Amacı

Teknoloji çağının doğal getirisi olarak sosyal medya kullanımı dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gün geçtikçe yaygınlaşmaya devam etmektedir. Covid-19 salgını döneminde uzaktan eğitim sistemi ile karşı karşıya kalan öğrencilerin internet ve sosyal medyaya ayırdıkları zamanın artışı da düşünüldüğünde artık sosyal medya platformlarının öğrenciler için vazgeçilmez bir ortam olduğu aşikârdır. Bu yönüyle öğrencilerin bu platformlarda birçok uyarıcıya maruz kaldığı, karşılaştığı fotoğraf, video, metin ve benzeri içerikleri değerlendirdiği; dolayısıyla iyi ile kötüyü, doğru ile yanlış, güzel ile çirkini ayırt etmek, yani eleştirel bir okuryazar olmak zorunda olduğu söylenebilir.

Bu araştırmanın amacı ortaokul öğrencilerinin eleştirel okuryazarlık bağlamında sosyal medya kullanımlarını değerlendirmek ve bilinçli sosyal medya okuryazarı olmaları noktasında öneriler ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

1. Ortaokul öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamaları hangileridir?
2. Ortaokul öğrencileri sosyal medyada ortalama günlük ne kadar vakit geçirmektedirler?
3. Ortaokul öğrencileri ilk sosyal medya hesaplarını ne zaman açmıştır?
4. Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesabı var mıdır?
5. Ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum ve kişiler nelerdir/kimlerdir?
6. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanma amaçları nelerdir?
7. Ortaokul öğrencileri sosyal medya kullanımını nasıl değerlendirmektedirler, faydalı ve zararlı gördükleri yönleri nelerdir?
8. Ortaokul öğrencileri sosyal medyada hangi içerikleri (paylaşımları) üretmektedirler?
9. Ortaokul öğrencileri sosyal medyada içerikleri (paylaşımları) hangi amaçla üretmektedirler?
10. Ortaokul öğrencileri sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl doğrulamaktadırlar?
11. Ortaokul öğrencileri sosyal medyada karşılaştıkları hangi durumları veya kişileri tehlikeli görmektedirler?
12. Ortaokul öğrencileri sosyal medyada kendileri iletişime geçenlerle ilgili nasıl bir yol izlemektedirler?
13. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada hangi tarz içerikler dikkatini çekmektedir, içeriklerden yararlandıklarını düşünmekte midirler?

14. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ders başarılarını nasıl etkilemektedir?
15. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşünceleri nelerdir, insanları nasıl etkilediklerini düşünmektedirler?
16. Ortaokul öğrencilerinin çeşitli sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına ilişkin görüşleri nelerdir?

Araştırmada ayrıca araştırma sorularına verilen cevaplardan elde edilen bulgular sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenine göre de incelenmiştir.

1.2. Araştırmanın Önemi

Değişen ve gelişen teknoloji çağında internete erişimin artması ve kolaylaşması gibi sebeplerle internetin kullanım alanları farklılaşmış ve çeşitlenmiştir. Bu çeşitlenme ile birlikte farklı amaçlara sahip birçok sosyal medya uygulaması ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu uygulamalar hem yetişkinler hem de çocuklar tarafından ilgiyle takip edilmekte ve kullanılmaktadır. Bu yönüyle sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaştığı ve kullanım yaşının gittikçe düştüğü görülmektedir. Bu bağlamda bireyin kişisel gelişiminde önemli bir evre olan ortaokul döneminde belki de en fazla vakit geçirdiği sosyal medya ortamında eleştirel bir okuryazar olması için gerekli araştırmaların yapılması ve önerilerde bulunulması önem arz etmektedir. İlgili alanyazında ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını eleştirel okuryazarlık bağlamında değerlendiren herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olması yönüyle bu araştırmayla alana önemli bir katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

1.3. Sayıtlar (Varsayımlar)

Bu araştırma aşağıdaki varsayımlar üzerine temellendirilmiştir:

- Veri toplamak için kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunun katılımcılar tarafından tam olarak kavrandığı,
- Katılımcıların görüşme formunu cevaplandırırken samimi ve dürüst yanıtlar verdikleri varsayılmıştır.

1.4. Sınırlılıklar

- Araştırmanın çalışma grubu, 2023-2024 eğitim- öğretim yılında Gaziantep ili Araban ilçesinde eğitim öğretime devam eden ortaokul öğrencileri ile,

- Elde edilen veriler, araştırma probleminin cevaplarının aranması için kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorulara katılımcıların verdikleri yanıtlar ile sınırlıdır.



2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde medya okuryazarlığı, medya okuryazarlığının tarihsel süreci, medya okuryazarlığı ile ilişkili okuryazarlık türleri (görsel okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı, elektronik okuryazarlık, internet okuryazarlığı ve eleştirel okuryazarlık), sosyal medya ve eleştirel okuryazarlık hakkında kuramsal bilgiler sunulmuştur.

2.1. Medya Okuryazarlığı

Medya, İngilizce “mass media” kelimelerinden türeyen yığınlarla iletişimi sağlayan radyo, televizyon, gazete ve dergiler gibi basın ve yayın organlarının tümünü kapsayan kitle iletişim aracı olarak tanımlanabilir (Türk, 2021). Medyanın her türlü görsel öğeleri içermesi, çocuklar için yoğun bir etkiye sahip olmasını sağlamıştır. Eğitim hizmetlerinin gittikçe medya ortamına kayması da bu durumun daha önemli bir hal almasına neden olmuştur. Nitekim eğitim; istendik yönde davranış değiştirme süreci olarak tanımlanırken bunun medya üzerinden yapılması ve medyadaki her türlü kirli ve doğru olmayan bilgi ile yan yana olması dikkatleri üzerine çeken bir durum olmuştur (Yeşilyaprak, 2020). Çocuklara doğru bilgi öğretilmeye çalışılırken çocuğun medyadaki her türlü uygun olmayan görsellere maruz kalması doğru olmayan bilgiler edinmesi eğitimin kalitesini düşürmeye neden olacaktır. Günümüzde medya, çocukların da yetişkinlerin de yaşam biçimlerini, eğlence kavramına bakış açılarını ve kültürel değerlerini dahi değiştirebilmektedir. Bu nedenlerle medyayı doğru okumak ve değerlendirmek kaçınılmaz bir sorumluluk olarak bireylerin karşısına çıkmaktadır.

Günlük yaşantının vazgeçilmezleri arasına giren telefon, tablet, bilgisayar, akıllı saat gibi her türlü iletişim aracı insanların gün içerisinde en çok vakit geçirdikleri ortamlar haline gelmiştir. Bu iletişim araçları teknolojik gelişmelerle beraber sadece birer iletişim aracı olarak değil; bankacılık, sağlık hizmetleri, ulaşım gibi pek çok alanda insanlara fayda sağlamaya başlamıştır. Hal böyle iken insanların günlük vakitlerinin çoğunu bu araçların başında geçirmesi bu sürecin doğal bir sonucu olmuştur. Öyle ki artık bireyler birçok farklı konuda olduğu gibi medyayı anlamak ve yorumlayabilmek için artık eğitime ihtiyaç duymaktadır.

Medya araçlarını doğru ve sağlıklı kullanma durumu da medya okuryazarlığı kavramını ortaya çıkarmıştır. Medya okuryazarlığı her türlü medya araçlarındaki bilgi ve görselleri doğru ve eleştirel bir yaklaşımla ele alma, onları bir süzgeçten geçirme olarak tanımlanabilir (Avşar, 2013; Kurt ve Orhan Göksün, 2020). Bir başka tanımla medya okuryazarlığı; mesaja ulaşma, ulaşılan mesajı analiz etme, değerlendirme ve alıcıya iletme becerisi olarak ifade edilmektedir (Koltay, 2011). Medya okuryazarlığının önemini vurgulayan Radyo ve

Televizyon Üst Kurulu (2007), medya okuryazarlığını “*Yazılı ve yazılı olmayan büyük çeşitlilikteki formatlarda (televizyon, video, sinema, reklâmlar, internet vs.) verilen mesajları alma, bu mesajları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği kazanmak*” olarak tanımlamaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimi medyayı doğru şekilde okumak ve içerik üretme becerisine sahip insanlar yetiştirmeyi hedef edinir. Sosyal medyada yer alan bilgi ve görsellerin bir eleştiri süzgecinden geçirilmesi, doğru veya yanlış olduğunun araştırılarak değerlendirilmesi medya okuryazarlığı sayesinde olmaktadır. Medya okuryazarı olmak:

- Medyayı akılcı ve etkili bir biçimde kullanmaktır.
- Medya endüstrilerinin siyasi görüşü, gelişmesi, ekonomik tabanı ve idari yapısı konusunda bilgi sahibi olmaktır.
- Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmektir.
- Medyanın bireyin ve toplumun inançlarına, davranışlarına ve değerlerine etkisinin farkında ve bilince olmaktır.
- Farklı medya kanalları aracılığı ile demokratik olarak etkili iletişim kurmaktır (Özad, 2011: 89).

2.2. Medya Okuryazarlığının Tarihsel Süreci

“Medya Okuryazarlığı” kavramı ilk olarak 1920’li yıllarda İngiltere’de ortaya çıkmıştır (Taşkiran, 2007: 7). Daha sonra Kuzey Amerika’da yer alan ilgili ilk araştırmalar, kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. 1930’lar ve 1940’ların başlarındaki bu çalışmalar Kanadalı araştırmacı Harold Laswell’in ortaya attığı hipodermik iğne teorisinin egemenliği altında sürdürülüyordu. Bu teoriye göre insanlar, medyanın sürekli bir biçimde enjekte ettiği savunmasız bireyler olarak görülüyordu. Daha sonraları etki araştırmalarından farklı olarak ilgi, ‘medya takipçileri’ olarak nitelenen hedef kitle üzerinde yoğunlaşmaya başladı. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında, kitle iletişim araçlarının insanlara ne yaptığı değil, bireylerin medyaya ne yaptığı, medyayı hangi amaçlar için kullandığı araştırılmaya çalışıldı. Medya, çocuklar ve gençler için etkili ve kötü bir silah olarak kabul edilmekteydi, bu nedenle medya okuryazarlığı onları medyanın kötü etkilerinden korumalıydı (İnceoğlu ve Akıner, 2011: 20).

1960’larda medya okuryazarlığı alanında var olan kültürün zararlı olduğu düşüncesi yerine onun iş birliği ve katkısı ile çalışmak önemsenmeye başlandı (Taşkiran, 2007: 91). 1970’li yıllardan itibaren kitle iletişiminde ilişkin araştırmalar, Amerika’da odağa izleyiciyi

almaya başlamıştır. Bu yaklaşım ile birlikte üreten kesimin ve üretilen metinlerin izleyicileri mutlak olarak kontrol etmesini değil izleyicilerin aktif olmasını gündeme getirmeye başlamıştır. Amerika’da gerçekleştirilmekte olan araştırmalarda eğilim; medya, üretilen içerikler ve içeriklerin izleyiciler üzerindeki etkisine dair deneye dayalı çalışmalar yapmaya yöneliktir. Medya okuryazarlığı, Amerika Birleşik Devletleri’nde eğitim sistemi içerisinde görülen bir sorun olarak değerlendirilmiştir (Hepkon ve Aydın, 2011: 75).

1980’li yıllar ile birlikte medyanın içerisinde var olan kurgulanmış iletiler doğal olarak kabul görmüş oldular. İmge ve temsillerin tüketimi de medya okuryazarlığının odak noktası haline geldi (Taşkiran, 2007: 92). 1980’lere kadar medya okuryazarlığı eğitimi Avrupa ülkelerinde yaygınlaştı.

İngiltere ve İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı oldukça uzun zaman tartışılmakta iken Avrupa Birliği’nde medya okuryazarlığı kavramı 2000 yılından sonra ele alınmaya başlamıştır. 2000 Lizbon Zirvesi’nden itibaren medya okuryazarlığına dair toplantılar ile düşünceler oluşturulmaya başlanmış ve e-eğitim girişim bünyesinde otuz kadar medya okuryazarlığı projesi için 3,5 milyon Euro destek verilmiştir (Pekman, 2011: 42-43).

Medya okuryazarlığı öncelerde sivil toplum hareketi olarak var olurken daha sonra eğitim sistemini şekillendiren hükümetler tarafından da benimsenmiştir. Günümüzde Almanya, İtalya, Hollanda, ABD, Kanada, Danimarka, Finlandiya, İngiltere, İskoçya, İspanya, İsveç, Fransa, Avusturya ve Avustralya gibi ülkelerde yönetimin de katkıları ile ilkökul seviyesindeki okullarda Türkçe, matematik, sosyal bilgiler gibi medya okuryazarlığı dersleri verilmektedir. Ayrıca ABD’de medya okuryazarlığı dersine katkı sunacak materyallerin oluşturulmasına çeşitli yayın organları da destek vermektedir (Avşar, 2013).

Medya okuryazarlığı konusu, Türkiye’de sosyal devlet kavramının 20. yüzyılda ortaya çıkması ile gündeme gelmiştir. Türkiye’de yayın hayatı uzun yıllar boyunca tek kanal olan TRT bünyesinde devam ettiğinden medya okuryazarlığı kavramının üzerinde durulması 1961 Anayasasındaki sosyal devlet uygulamalarından sonra gerçekleşmiştir (Özgen, 2019; Avşar, 2013). Medya 1980’li yıllarla birlikte ulusal ve uluslararası gelişmeler ışığında önemli bir değişim ve dönüşüm geçirmeye başlamıştır (Bostancı, 2016). 2003 yılında toplanan İletişim Şurası’nda medya okuryazarlığına ilişkin görüşler paylaşılmış ve Şura bünyesinde çalışan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komisyonu’nun da desteği ile “Toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkı sağlayacak, ruh sağlığını zedelemeyecek bir yaklaşımla ve özellikle çocukların zararlı yayınlardan korunması için AB’ye uyum çalışmalarının başlatılması ve ilk ve orta öğretim ders programlarına çocuklar ve gençlerin bilinçlendirilmesini sağlayacak

medya okuryazarlığı derslerinin eklenmesi” önerisi ortaya çıkmış ve bu öneriye Şura’nın sonuç bildirgesinde de yer verilmiştir (Avşar, 2013).

Millî Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), sivil toplum kuruluşları, medya örgütleri ve üniversitelerin beraber oluşturduğu “medya okuryazarlığı” projesiyle, öğrencinin medyayı kullanırken sadece pasif bir dinleyici ve alıcı konumunda kalmasındansa, maruz kaldığı medyanın ifade ettiklerini anlayabilecek bir bilince eriştiği, medyayı doğru okuyabildiği ve yorumlayabildiği bir düzeye gelmesi ve medya kullanımında aktif olması amaçlanmıştır (Avşar, 2013). Televizyondaki içeriklerden etkilenmeye en fazla açık olan kesim çocuklardır. Bu nedenle çocukların televizyon ekranında gördüklerini “gerçeklik” ve “kurgu” olması açısından ayırt etme ve değerlendirme becerilerini edinmeleri gereklidir. Ayrıca medyanın olayları ve olguları nasıl ve neden belli yönleriyle yansıttığının çocuklara anlatılması, böylece onların ilköğretim çağından başlayarak medyaya eleştirel bakabilen, bilinçli alıcılar olarak yetiştirilmeleri önem taşımaktadır.

21. yüzyıla gelindiğinde internet kullanımının hız kazanması ile dünya küçülmeye başlamış ve internete erişim, ülkeler ve bireyler üzerinde etki oluşturmaya başlamıştır (Özgen, 2019). 2004 yılında Medya ve Şiddet Çalışma Grubu’nda medyada alıcı konumunda bulunan izleyicilerin bilinç düzeylerinin artırılması gerektiği ele alınmıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun okullarda medya okuryazarlığı dersinin yer alması gerektiği şeklinde ortaya koyduğu resmi öneri, Medya ve Şiddet Çalışma Grubu tarafından dikkate alınmış ve benimsenmiştir. Bu öneri sonuç raporuna da üçüncü sırada eklenmiştir. Bu gelişmenin ardından, çocukların medya okuryazarlığı konusunda eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi amacı ile medya okuryazarlığı dersinin ders programlarına eklenmesi konusunda Millî Eğitim Bakanlığı ile temasa geçilmesi kararı Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun 22 Eylül 2004 tarihli toplantısında (2004/70 No’lu toplantı / 19 Sayılı Karar) verilmiştir. Bu kararın hayata geçirilmesine yönelik olarak Millî Eğitim Bakanlığı ile 25 Ekim 2004 tarihinde bir protokol zaptı imzalanmıştır (Avşar, 2013).

Gerçekleştirilen bu çalışmaların somut olarak ortaya koyulması için “Medya Okuryazarlığı Projesi” 2006-2007 eğitim-öğretim yılında RTÜK ve MEB’in ortak çalışması ile uygulanmaya başlamıştır. 2006-2007 eğitim-öğretim yılında “Medya Okuryazarlığı Projesi” Adana, Ankara, Erzurum, İstanbul ve İzmir’deki 5 ilköğretim okulunda pilot uygulama olarak başlatılmıştır. Söz konusu illerdeki okullarda yedinci sınıfta öğrenim görmeye devam eden 780 öğrenciye medya okuryazarlığı dersi seçmeli ders olarak verilmiştir. Gerçekleştirilen pilot uygulamanın ardından 2007-2008 eğitim-öğretim yılından

itibaren medya okuryazarlığı dersi tüm Türkiye bulunan ilköğretim okullarında 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak verilmeye başlanmıştır (RTÜK, 2009: 144).

Çocukların karşılaştıkları yayınlarda yer alan zararlı şiddet içeriklerinden korunmasına dair hassasiyet gösteren RTÜK, çocukların gelişimini ve psikolojisini olumsuz olarak etkileyecek yayınlara ilişkin yaptırımlar uygulamanın yanı sıra önleyici çalışmalar da yapmaktadır.

2000 yılında gerçekleştirilen “Televizyon Yayınlarında Koruyucu Sembol Sistemi” adlı proje ile çocukların ve gençlerin televizyonda karşılaştıkları programlar arasından bilinçli ve yararlı seçimler yapması, anne ve babaların zararlı medya içeriklerine karşı çocuklarını koruma çabalarının desteklenmesi amaçlanmıştır. 3 aşamalı olarak geliştirilen bu sistem izleyicinin ve yayın kuruluşlarının sorumluluğu paylaşmasını hedeflemektedir. Sistem, son aşamada Hollanda hükümetinin AB’ye aday ülkelere sağladığı teknik destek programı MATRA Projeleri bünyesinde yürütülen çalışmayla, “Akıllı İşaretler” adı ile çok kısa bir sürede uygulamaya konulmuştur (Avşar, 2013).

Medya okuryazarlığının tarihsel süreçte gelişmesi çeşitli okuryazarlık türlerini de beraberinde getirmiştir (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010). Bu okuryazarlık türleri medya okuryazarlığından bağımsız olmayan ve medya metinlerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayan çeşitli okuryazarlık türleridir. Modern okuryazarlık kavramı, çeşitli beceri ve gereklilikleri ortaya çıkarmıştır. Önal (2010: 105), bahsedilen söz konusu becerileri şu şekilde açıklamaktadır:

- Gerçekleri görebilmek, gerçekleri ifade edebilmek.
- Çevresindeki olay ve olguları anlamlandırabilmek ve çevreye dair bireysel anlamlar oluşturabilmek.
- Edinilen bilgiyi kullanabilmek, özgün düşünceler üretebilmek.
- Sistemleri kullanabilmek ve çeşitli bilişsel işlemlerle bu sistemlerden özgün anlamlar ortaya koyabilmek.
- Edinilen bilgiyi davranışlara yansıtabilme ve günlük hayatta kullanabilmek.
- Güncel bilgi ve becerilere sahip olmak.

Medya okuryazarlığı ile ilişkili okuryazarlık türleri; görsel okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı, elektronik okuryazarlık, internet okuryazarlığı ve eleştirel okuryazarlık şeklinde sıralanabilir.

2.3. Medya Okuryazarlığı ile İlişkili Okuryazarlık Türleri

2.3.1. Görsel okuryazarlık

Teknolojik gelişmeler medyayı doğrudan etkilemekte ve bu etkilenme ile birlikte medyada görsellerin kullanımı ciddi seviyede artmaktadır. İnsanların dikkatini çekmek ve verilen medya metinlerini daha etkili kılmak için medyada görseller yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu durum görsel okuryazarlığın önemini daha da arttırmaktadır. Görsel okuryazarlık kavramı; görsel mesajların anlamlarını okuyabilme ve benzer biçimde anlamlı mesaj oluşturma becerisi olarak ifade edilmektedir (Alpan, 2008). Çocuk kitaplarından yetişkin kitaplarına kadar birçok basılı materyalde yer alan görseller, medya metinlerinde de sıklıkla kullanılmaktadır. Tarihsel süreçte görsellerin insanoğlu için yeni olmadığı, insanlık tarihinin ilk çağlarından itibaren gerek duvarlara gerek yerleşim yerlerinin farklı yerlerine resmedilmesi görsellere insanların ne kadar önem verdiğini gösteren önemli bulgulardır. Buradan yola çıkarak insanların duygu ve düşüncelerini ifade etmede görsellere büyük ölçüde ihtiyaç duyduğu ve görsellerden yararlanarak iletişim kurdukları söylenebilir.

Yaşanan gelişmeler ile birlikte insan hayatına giren teknolojik aygıtların görsel yığınlarla dolu olduğu gerçeği özellikle zamanın büyük kısmını televizyon karşısında geçiren insanların görsel bir sunu olan televizyonu ve diğer aygıtları daha iyi doğru anlayabilmesini, dolayısıyla iyi bir görsel okuryazar olmasını zorunlu kılmıştır. Görsel unsurların ve dolayısı ile görsel okuryazarlık kavramının önemini İşler (2002: 156-157) şu şekilde ifade etmektedir:

- Görsel okuryazarlık kavramı bireyin gelişimini destekleyen beynin sağ lobunu daha çok kullanmayı gerektiren bir kavramdır. Bu şekilde bireyin düşünme ve değerlendirme sürecinde beynin her iki lobunu da kullanarak bütünsel düşünmesi sağlanacaktır.
- Beynin sol lobunun yerine getirmesi gereken soyut olan düşünceleri somutlaştırarak; daha yoğun, bilinir ve canlı olmasını sağlayarak anlama becerisini geliştirmektedir. Bir düşünceyi çeşitli şekillerde işleme ve yorumlama becerisi kazandırmaktadır.
- Yaşamakta olduğumuz doğal ve doğal olmayan çevreden etkilenmenin dışında kişinin kendi yaşamını şekillendirmesi, kendi kararlarını alması için görsel olan çevreyi doğru okumasını, okuduğunu anlayabilmesini ve yorumlayabilmesini sağlamaktadır.

2.3.2. Bilgi okuryazarlığı

Bilgi her çağda, her yerde ve herkese lazım olmakla birlikte bilgiyi elde eden ve bilgi ile gelişen insan ve toplumlar her zaman daha avantajlı bir yer edinmiştir. İnsanlığın geldiği bu noktada bilgi sahibi olmak ve bu bilgiyi kullanmak çağın vazgeçilmezleri arasına girmiştir. Çünkü geldiğimiz noktada çağ olarak bilgi çağı, toplum olarak bilgi toplumu kavramının kullanılması insanların bilgiden yoksun yaşamasını imkânsız olduğunu gözler önüne sermiştir. Bu bakımdan bilgiyi elde eden, analiz eden, sentezleyen, yorumlayan ve kullanan bireylerin önemi daha da artmıştır.

Bilgiyi elde edip sağlıklı bir şekilde hayata aktarmada bilgi okuryazarlığının gelişmesi önemli bir durumdur. Gerek eğitim kurumlarında gerekse hayatın geri kalan unsurlarında karşılaşılan bilgilerin çeşitli bilişsel işlemlerden geçerek yaşam becerilerine dönüştürmesi bilgi okuryazarlığı ile olmaktadır. Polat (2006: 257), bilgi okuryazarlığı kavramının ölçütlerini şu şekilde ifade etmiştir:

- Bilgiye olan ihtiyacın boyutunun belirlenmesi
- İhtiyaç duyulan bilgiye etkin ve yeterli olarak erişilebilmesi
- Bilginin ve bilginin edinildiği kaynakların eleştirel olarak değerlendirilebilmesi
- Özel bir amacın yerine getirilmesinde bilginin etkin olarak kullanılabilmesi
- Bilginin kullanımına ve bilgiye erişime dair ekonomik, yasal ve etik konuların anlaşılabilmesi ve bu doğrultuda hareket edilebilmesi.

Bilgi tüm canlıların yaşam kalitesini arttırmada önemli bir yere sahiptir. İnsanlar yaşantılar ve deneyimler sonucu birçok konuda bilgi sahibi olmuşlardır. Bu bilgileri yaşantılar ve söylemlerle kuşaktan kuşağa aktararak bilginin devamını sağlamışlardır. Bilgi için en büyük devrim ise yazının bulunması ile gerçekleşmiştir. Çünkü yazı var olan bilginin kalıcılığını sağlamış ve bu bilgi üzerine yeni bilgilerin kümülatif bir şekilde birikmesine imkân tanımıştır. Bilginin birikmesi sonucu bilim ortaya çıkmış ve bilim sayesinde çeşitli gelişmeler meydana gelmiştir.

2.3.3. Elektronik okuryazarlık

Teknolojik gelişmeler hayatımıza sadece yeni aletleri getirmemiş bununla beraber yeni kavramları da getirmiş hatta var olan kavramlara yeni anlamlar da yüklemiştir. İlk dönemlerde okuryazarlık kavramı basit düzeyde okuyabilme ve yazabilme anlayabilme olarak ifade

edilirken yaşanan gelişmeler kavramlara da etki etmiş ve okuryazarlık aynı zamanda beceri, yetebilme anlamı da kazanmıştır.

İnternet ağının gelişmesi insan hayatını her alanda etkilemiş ve her şey internet üzerinden bir dönüşüm içine girmiştir. Mağazalar -e mağaza veya ticaret işlemleri -e ticaret gibi alanlara kaymış, varlığını ve etkinliklerini bu mecralarda sürdürür hale gelmiştir. Bu gelişmeler ile birlikte insanların günlük hayatta internet ile ilgilenmeleri kaçınılmaz bir hal almıştır. İşlemlerin çoğunu internet üzerinden yapmak zorunda kalan insanlar internetin bağlı olduğu tüm elektronik aygıtları kullanabilmeyi öğrenmişlerdir. Tam da bu noktada elektronik aygıtları kullanma, özelliklerini keşfedip geliştirme olarak adlandırılan elektronik okuryazarlık kavramı ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede elektronik okuryazarlık kavramı, bireyin bilgi edinme ve öğrenme ihtiyaçları doğrultusunda çeşitli elektronik ortamlarda yer alan her türlü metne, bilgiye erişebilme ve edinmiş olduğu yeni bilgileri var olan bilgiler ile yeniden değerlendirme, yapılandırma ve gerekli gördüğü durumlarda yeni bilgi birikimini çeşitli elektronik kanallar yoluyla üretip metne dönüştürebilme becerisi olarak tanımlanabilir (Aytaş ve Kaplan, 2017).

Elektronik okuryazarlık sayesinde insanlar teknolojinin sağladığı tüm imkânları doğru ve hızlı bir şekilde kullanmayı öğrenmektedirler. Aslında tüm bu sayılanlar elektronik okuryazarlığının gerekliliğini de ortaya koyulması bakımından önem taşımaktadır. Çünkü teknoloji; verimli okuma, yazma, araştırma ve bilgi edinme/paylaşma imkanına sahiptir. Teknolojinin sağladığı bu olanaklardan yararlanmak için teknoloji okuryazarı olmak gerekmektedir (Adıgüzel, 2005). Bu bağlamda en ilkel kabul edilen kavimlerden modern toplumlara varıncaya kadar herkes ulaşım, iletişim ve yaşam becerileri anlamında teknoloji ürünlerinden bir veya birkaçını isteyerek veya zorunlu bir şekilde kullanmak mecburiyetindedir. Nitekim bir gün, herkes için 24 saatten oluşmaktadır ve özellikle yaşamın akışı içinde tüm işlerin bu sınırlı süre içinde bitirilmesi gerekmektedir. İşte bu gereklilik, teknoloji kullanımının temel sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır. Elbette burada asıl önemli olan teknolojiye maruz kalmak değil, onu bilinçli bir biçimde kullanabilmektir. Teknoloji okuryazarlığının çıkış noktası ise tam olarak burasıdır: Teknoloji ürünlerini eleştirel bir biçimde değerlendirerek, amaçlarımız doğrultusunda etkili ve verimli bir biçimde kullanabilme becerisine sahip olmak (Aytaş ve Kaplan, 2017).

Teknolojide meydana gelen gelişmeler ile birlikte gazeteler ve dergiler artık basılı medya ürünleri olmaktan yavaş yavaş uzaklaşarak elektronik ortamlarda yayınlanmaya başlanmıştır. Basılı materyallerdeki film, kâğıt, baskı, cilt, dağıtım gibi emek, maliyet ve zaman gerektiren

materyal ve süreçler; basılı materyaller yerine elektronik versiyonların tercih edilmesine neden olmaktadır. Ayrıca doğa açısından değerlendirildiğinde kâğıt tüketimi ile doğanın zarar görüyor olması elektronik ortamların kullanımına teşvik oluşturmaktadır. Söz konusu nedenler ile birlikte teknolojik gelişmelerin hız kazanması da gazete ve dergilerin çevrim içi versiyonlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Zaten elektronik olan radyo ve televizyon da dijital-çevrim içi ortama dâhil olmuştur (Bilici, 2014, s. 9). Basılı ürünlerin çok hızlı bir şekilde elektronik ortama taşınması bilinçli ve etkili bir medya okuryazarı olmayı, ayrıca elektronik okuryazarlık bilgisine sahip olmayı zorunlu kılmaktadır. Medya okuryazarlığının kaçınılmaz gerekliliği konusu uzmanlarca *“Elektronik medya teknolojinin de desteği ile çeşitli kanalları kullanıma sunmaktadır. Bu durum da elektronik medyayı çocukların yanı sıra yetişkinler için bile ilgi çekici, cazip bir hale getirmektedir. Özellikle çocuklar bu cazibe ile birlikte kendilerine sunulan içerikleri seçmeden, bilinçsizce ve doğrudan tüketmektedir ve bu nedenle de oldukça etkilenmektedirler”* (Arslan vd., 2008) şeklinde değerlendirilmektedir. Bu nedenlerle hem elektronik yayınların çok olması hem de söz konusu yayınlara erişimin kolay olması medya ve elektronik okuryazarlık kavramlarını önemli hale getirmektedir. Medya okuryazarlığı ve elektronik okuryazarlığın doğru ve işlevsel biçimde kullanılması gerekmektedir.

2.3.4. İnternet okuryazarlığı

İnternet bir iletişim ağı sistemi olmakla beraber dünya üzerindeki tüm bilgisayar, tablet, akıllı telefon vb. araçların birbirine bağlanabildiği geniş bir ağı sistemidir. Yaşanan gelişmeler ile birlikte günümüzde internetin kullanılmadığı bir alan veya işlem hemen hemen yok denecek kadar azdır. İşlemlerin hızlı yapılması, zaman tasarrufu, kâğıtların israf olmaması gibi birçok avantajı beraberinde getiren interneti insanlar çok sık kullanmaktadır (Yuldaşev, 2013). Ağı sisteminin tüm dünyada gelişmesi ve teknolojik aletlerin her yaşta insanın eline geçmesi internet kullanımını çokça artırmıştır. İnsanların temel ihtiyaçlarını ve sosyal etkinliklerini internet aracılığı ile yapmaları internetin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Günlük haberleri okumak, video izlemek, alışveriş yapmak, sosyal medyada iletişim sağlamak gibi pek çok etkinliği internet üzerinden yapmak internet okuryazarlığı kavramını birey hayatında daha önemli bir konuma getirmiştir.

Livingstone, Bober ve Helsper (2005: 6), internet okuryazarlığına dair hemfikir olarak “bilgiye erişme, onu anlama (kavrama) ve değişik formlarda (biçimlerde) iletişim ortamları yaratma (üretme)” tanımını ortaya koymuşlardır. Bu tanımda internet okuryazarlığının hem

okuma (bilgiye erişme ve onu anlamlandırma noktasında) hem de yazma (yeni bilgiler üretme noktasında) yönü özellikle ifade edilmektedir. Ortaya koyulan bu tanım internet okuryazarlığının hangi açılardan, ne ölçüde gerekli ve önemli olduğu noktasında net bir yol çizmektedir (Aytaş ve Kaplan, 2017). Bu çerçevede Asselin ve Moayeri (2010: 192) tarafından hazırlanan, ağırlıklı olarak eğitim-öğretim çerçevesinde şekillenen ve gerçekleştirmiş oldukları çalışmanın başlangıcını oluşturan şu soruları, internet okuryazarlığı kavramının gerekliliği ve önemi noktasında ipuçları vermektedir:

- Öğrencilerin günlük yaşamları içindeki internet deneyimleri nelerdir?
- Öğrencilerin internet araştırmaları gerçekleştirdikleri esnada başkalarından bağımsız olarak kullandıkları internet uygulamaları nelerdir?
- Öğrenci, öğretmen ve ebeveynlerin internetin okuldaki rolü/ işlevi hakkındaki inançları, görüşleri nedir?

Söz konusu soruların cevaplarını bulmaya yönelik çalışmalar, internetin kullanımına ilişkin “bilinç” ve interneti “kullanma gerekçesi” kavramları etrafında şekillenmiştir. Bu çerçeveden bakıldığında internet okuryazarlığı kavramı, interneti kullanmakta olan bireylerin -özellikle gençlerin- interneti bir denetim çerçevesinde kullanmaları, internet ortamında yer alan uygulamaları ve programları kullanırken amaçları çerçevesinde ilerlemeleri, interneti kullanırken karşılaşılabilecekleri zararlı içeriklere karşı bilinçli bir tutum içerisinde olmaları açısından oldukça değerlidir. Bireylerin internet kullanımı esnasında internetin yararlı özelliklerinin farkında olmaları ve bunları öğrenmeye açık olmaları, bilinçli birer internet okuryazarı olmaları için gençlerin, ailelerin ve öğretmenlerin iş birliği içerisinde olduğu internet okuryazarlığı eğitim-öğretim faaliyetlerinden faydalanmasına özen gösterilmelidir.

İnternet üzerinde zararlı ve çocuk seviyesine uygun olmayan görüntü ve bilgilerin olması olumsuz durumlar yaratmaktadır. Kişinin bu tür zararlı bilgi ve görüntülerden uzak durması bilinçli bir okuryazar olması sayesinde gerçekleşmektedir. İnternet okuryazarlığı sayesinde kişi bu bilinci kazanıp internetin faydalı bir şekilde kullanılmasını öğrenmektedir. Çocukların bu bilince sahip olması özellikle anne babası tarafından verilecek eğitim ve denetim sayesinde gerçekleşir. Bu eğitimi vermek için de anne babanın iyi bir internet okuryazarı olması gerekir. Buradan da anlaşılacağı üzere internet okuryazarlığı öğrenci ve veli arasındaki ilişki çerçevesinde şekillenir. İnternet okuryazarlığının geliştirilmesi sayesinde veliler, çocuklarını sürekli denetlemek zorunda kalmayacak veya internet filtreleri kullanmak zorunda olmayacak, çocuk kendi başına, bilinçli ve bağımsız bir şekilde interneti doğru bir şekilde kullanabilecektir.

Her yaştan kullanıcı tarafından yoğun bir biçimde tercih ediliyor oluşu, interneti medya okuryazarlığı dersi açısından incelenmeye değer hale getirmiştir. Bu konu Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı'nda (Bostancı vd, 2007: 25) şöyle ifade edilmektedir: İnternet de kısa sürede özellikle gençler ve çocuklar üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. İnternet çok kısa sürede ve etkin bir şekilde bilgiye ulaşma olanağı sağlamaktadır. Dünyanın en büyük kütüphanelerine gidip araştırmalar yapmak ya da bazı kitapların internet versiyonlarına ulaşmak oldukça kolaydır. İletişim olanaklarının geliştirmesi insanların daha etkin bir şekilde iletişim kurmasına da olanak sağlamaktadır. Mail ve chat yoluyla anında iletişim sağlanmakta ve çeşitli dosya, müzik, görüntü dokümanlarını iletebilmek mümkün olabilmektedir. Ayrıca alışveriş, bankacılık işlemleri, rezervasyonlar yapılabilmekte, hatta kendini daha iyi ifade edebilme amacıyla kişisel internet sayfası kurulabilmektedir. Uzaktan eğitim yoluyla internet üzerinden eğitim veren üniversitelerden bile mezun olmak mümkündür. Aynı zamanda internet, insanların boş vakitlerini hoşça geçirmelerine yarayan çeşitli eğlence vasıtalarına sahiptir. Dolayısıyla pek çok açıdan insanları kendine bağımlı kılacak araçlara sahip olan bu sanal ortam tam anlamıyla bir cazibe merkezidir. Bu cazibe merkezinin büyümesine kapılmak da pek çok genç ve özellikle de çocuk açısından kaçınılmaz bir gerçekliktir. İnternet teknolojilerinde yaşanan bu kaçınılmaz gelişmelere bağlı olarak internet (Sanal Dünya/Ünite 8), medya okuryazarlığı dersi içindeki yerini (Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı, 2008: 138) almıştır. Bu kapsamda internetin yararlı yönlerinin üzerinde durulmakta ve zararlı yönlerinden korunmanın gerekliliği vurgulanmaktadır. Bu ise etkili ve verimli internet kullanıcıları yetiştirmeyi hedefleyen internet okuryazarlığı ilkelerini bilmekle mümkün olabilecek bir kazanım olarak görülmektedir.

2.3.5. Eleştirel okuryazarlık

Eleştirel okuryazarlık kavramını ele alabilmek için öncelikle eleştirel düşünme kavramına açıklık getirmek gerekir. Düşünme eylemi sorularla başlar. Gerek günlük hayatta gerekse akademik yaşamda gündeme getirilen, üzerine düşünülen sorular, aynı zamanda yaşanan sorunların ortaya koyulması ve çözülmesi açısından birer zemin teşkil etmektedir. Paul ve Elder (2006) bu durumu “Yaşam kalitemiz düşünme kalitemize bağlıdır” şeklinde ifade etmektedirler. Bu çerçevede değerlendirildiğinde eleştirel düşünce, bireyin durmaksızın değişen, gelişen, karmaşık çevreye uyum sağlayabilmesi, uyum içerisinde olduğu çevrede

yaşam kalitesini daha üst noktalara çıkarabilmesi için yaşamının her anında olması gereken bir özelliktir (Feuerstein, 1999; Torres ve Cano, 1995).

Eleştirel düşünme kavramının önemi, kavramın çerçevesi ortaya konulduğunda çok daha net anlaşılabilir. İpşiroğlu (1997: 33), eleştirel düşünmeyi düşünmenin en gelişmiş ve en ileri şekli olarak görmüş ve eleştirel düşünmeyi sorunları farklı açılardan irdeleyen, anlamaya çalışan, sorunların özüne inen ve gerekirse sorunlara karşı çıkabilen bir düşünme biçimi olarak tanımlamıştır. Halpern (1989) eleştirel düşünmeyi, “*bir amaca yönelmiş, akılcı ve anlamlı bir düşünme*” olarak ifade etmiştir. Paul ve Elder (2006: 2) eleştirel düşünmeyi, “*kişinin kendi kendini yönlendirdiği, disipline ettiği, izlemeye aldığı ve doğruladığı bir düşünme yöntemi*” olarak ifade etmiş ve bu sistem içerisinde şekillenmeyen düşüncenin önyargı barındıran, bir tarafa daha yatkın olan, çarpıtmalar içeren, indirgenmiş düşünceler olduğunu belirtmiştir. Eleştirel düşünme kavramına ilişkin yapılan tanımlar birbirinden farklı olmakla birlikte eleştirel düşünme, bir olaya ya da duruma ilişkin sadece olumsuz yönlerin dikkate alınması ve eleştirilmesi gibi bir süreç olmaktan ziyade olayların ve durumların açıklanması, değerlendirilmesi konusunda kanıtlara dayalı bir yaklaşımın yapıcı bir şekilde gerçekleştirilmesi olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda eleştirel düşünme bir konuda karar verebilme, konuya ilişkin olumlu ve olumsuz durumları değerlendirebilme ve sorunlara çözüm önerisi getirebilmeyi içeren kapsamlı bir süreç olarak değerlendirilebilir.

Medyanın işlevi ve medya okuryazarının faaliyetleri düşünüldüğünde, eleştirel düşünme biçiminin ve medya okuryazarlığı kavramlarının birlikte ilerleyen, iç içe bir süreç olduğu ifade edilebilir. Eleştirel bir bakış açısı ile yol alan bir medya okuryazarı; medyayı kullanırken kendi hedeflerine öncelik vererek, sorgulayarak, akılcı ve etkin bir kullanıcı olmaya özen gösterir. Eleştirel medya okuryazarı sorgulama süreci içerisinde “Neden izlemeliyim/ dinlemeliyim/ okumalıyım?” gibi sorulara yanıt arar. Bu şekilde sorgulamalar ile birey medyada karşılaştıkları bilgileri, içerikleri amacı doğrultusunda değerlendirir ve kullanır. Eleştirel bakış açısına sahip olan bir medya okuryazarı; gördüğü, okuduğu ve dinlediği öğeleri detaylı olarak ele alır. Ayrıca amacı doğrultusunda bilgiye ulaşmak için çeşitli kaynakları araştırır, elde ettiği bilgilerin doğruluğunu sorgular. Eleştirel medya okuryazarı; medya yoluyla elde ettiği bilgilerin yanlış bilgi içerebileceğini düşünür ve elde ettiği bilgileri şüpheli bir şekilde değerlendirir. Bu bağlamda bireyin, “okuduğum/ dinlediğim/ gördüğüm durumların doğruluğunu gösteren kanıtlar var mı?” türünden sorular sorarak yanıt aramaya çalışması gerekir (Kurt ve Kürüm, 2010).

Eleştirel medya okuryazarlığı kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagojinin buluşma noktası olarak tanımlanabilir (Binark ve Bek, 2010). Eleştirel pedagojinin temel öğeleri olan, öz-düşünümsellik, diyalog ve bağlam vurgusu da medya okuryazarlığı sürecine dâhil edilmektedir. Paul ve Elder (2006), eleştirel medya okuryazarlığı kavramını ifade ederken içinde eleştirel düşüncenin ne derece önemli olduğunu eleştirel olmayan bir düşüncenin medyadaki gerçeklere ulaşma şeklini ifade ederek şu şekilde ortaya koymaktadır:

‘Ben inanıyorsam, o doğrudur.’

‘Biz inanıyorsak, o doğrudur.’

‘Ona inanmak istiyorsak, o doğrudur.’

‘Bizim menfaat ve ilgilerimize hizmet ediyorsa, o doğrudur.’

Douglas Kellner (2004), eleştirel medya okuryazarlığını geliştirmenin, medyanın iletilerinin eleştirel bir biçimde açıklanmasının ve bunun etkileri üzerine çalışmanın çok önemli olduğunu belirtmektedir. Kellner'e göre, kültürde var olan farklı ideolojik sesleri ve kodlamaları fark etmek önemlidir. Üstelik hegemonik ideolojiler ve imgeler, söylemler ile metinlerde bunları altüst edenleri de birbirinden ayırmak gerekmektedir. En iyi ve en kötü medya kültürü arasında bir ayırım yapmayı muhalif alt kültürler ile alternatiflerin nasıl yaratılabileceğini de öğrenmek gerekmektedir.

2.4.Sosyal Medya ve Eleştirel Okuryazarlık

Sosyal medya, bireylerin dijital ortamlarda bir araya geldiği içerik paylaşımında bulunduğu sanal ortamlar olarak ifade edilmektedir (Erol, 2021). Bir başka deyişle, bireylerin belirli sınırlar içerisinde açık ya da kapalı profiller oluşturarak çeşitli bireyler ile iletişim kurduğu, farklı kullanıcıların açık ya da kapalı profillerine erişebildiği, paylaşımlarını görebildiği web tabanlı uygulamaların tamamı sosyal medya olarak tanımlanmaktadır (Büyüksener, 2009). Sosyal medyada kişiler hem kendi duygu ve düşüncelerini pekiştirmek amacı ile yol alabilmekte hem de farklı kişilerin duygu, düşüncelerini öğrenme ve bu düşünceleri ile bağlantılı olarak sergiledikleri davranışları gözlemlene şansı elde edebilmektedirler. Bu gözlemlene süreci ile çeşitli coğrafi, kültürel ve etnik sınırların dışına çıkarak davranış değişiklikleri oluşturabilmektedirler (Sarsar, 2020).

Tarihsel süreç içerisinde sosyal medya çeşitli değişimler yaşamıştır. Sosyal medyada yaşanan değişim ve gelişim süreci Bostancı'nın (2019) zaman çizelgesinde yer almaktadır.

Tablo 2.1. Sosyal medya zaman çizelgesi

1971	Ray Tomlinson tarafından ilk e-posta yı gönderildi.
1973	Dave Wooley ve Douglas Brown, Talkomatic 'i yayınladı.
1978	Ward Christensen tarafından CBBS yayınlandı.
1980	Bulletin Board Systemlerin (BBS) sayısı arttı ve popülerleşti.
1984	FidoNet elektronik posta yönetim servisi yayınlandı.
1988	Bir sohbet platformu IRC yayınlandı.
1996	Popüler elektronik posta servisi Hotmail yayına başladı. İlk sosyal ağ ve video sitelerinden biri kabul edilen Bolt.com ve sohbet programı ICQ yayınlandı.
1997	AOL Instant Messenger ve ilk sosyal ağ sitelerinden kabul edilen Sixdegrees.com yayınlandı.
1998	İlk sosyal bloglama ağı olan Open Diary yayınlandı.
1999	Yahoo Messenger , MSN Messenger ve LiveJournal yayınlandı.
2001	Çevrim içi sözlük Wikipedia yayına başladı.
2002	Sosyal ağ ve oyun platformu Friendster yayınlandı.
2003	İş dünyası odaklı sosyal ağlar LinkedIn ve XING , sosyal ağ sitesi Hi5 ve MySpace ve anlık yazılı, sesli ve görüntülü iletişim uygulaması Skype yayına başladı.
2004	Facebook , fotoğraf ve video paylaşım ağı Flickr , elektronik posta servisi Gmail ve Google'ın ilk sosyal ağ girişimi Orkut yayına başladı.
2005	Video paylaşım ağı YouTube , Çin merkezli sosyal ağ Qzone yayınlandı
2006	Twitter ve Rusya merkezli sosyal ağ VK yayına başladı.

Tablo 2.1. (Devamı) Sosyal medya zaman çizelgesi

2007	Mikroblog ağı Tumblr ve Friendfeed yayına başladı.
2009	Popüler mesajlaşma uygulaması WhatsApp ve Çin merkezli mikroblog ağı Weibo yayına başladı.
2010	Popüler, fotoğraf paylaşım ağı Instagram ve sosyal imleme ağı Pinterest ve yayına başladı.
2011	Snapchat , sosyal ağ Google+ , elektronik spor ve oyun videoları ağı Twitch yayına başladı.
2013	Video paylaşım ağı Vine ; anlık yazılı, sesli ve görüntülü iletişim uygulaması Google Hangouts yayınlandı.
2015	Canlı video yayınlama uygulaması Periscope yayına başladı.
2017	Kısa video platformu TikTok yayına başladı.

Tablo 2.1'e göre sosyal medyanın tarihsel süreç içerisindeki değişimine bakıldığında ilk e-postanın 1971 yılında atılması ile sürecin başladığı, ardından 1996 yılında elektronik posta servisi Hotmail'in, video paylaşım uygulaması Bolt.com ve sohbet programı ICQ'nun yayınlaması ile hız kazandığı, 1999 yılında ilk sosyal medya anlık mesajlaşma platformları olarak kabul edilen Yahoo, Messenger ve Live Journal uygulamalarının sahneye çıktığı görülmektedir. Bunların ardından ise Facebook, Youtube, Twitter, Whatsapp, Tiktok, Snapchat gibi uygulamalarla sosyal medya platformlarının çeşitlilik kazandığı görülmektedir.

Günümüzde geline nokta bakıldığında sosyal medya birbirinden binlerce km uzakta, birbirinden farklı kültürlerde, farklı koşullarda ve bağımsız yaşayan bireylerin iletişim kurmasını, birbirleri ile etkileşim halinde kalmasını, birbirlerinin yaşamlarından, kültürlerinden haberdar olmasını sağlamaktadır. Her geçen gün çeşitli açılardan güncellenen ve gelişen sosyal medya kolay erişilebilmesi nedeni ile kullanıcılar tarafından gittikçe daha fazla tercih edilmektedir. Sosyal medyada kullanıcılar fikirlerini ortaya koymakta, farklı konularda içerikler, fotoğraflar ve videolar paylaşmaktadırlar (Öztürk ve Talas, 2015).

Farklı coğrafyalardaki, farklı yaşam koşullarındaki bireylerin iletişimine kapı aralayan sosyal medya; bireyler arasındaki etkileşimi kimi zaman güçlendirici kimi zaman tamamlayıcı özelliklere sahiptir. (Hazar, 2011). Sürekli güncellenen ve yenilenen sosyal medyayı kullanan bireylerin sosyal medyanın özelliklerini bilmesi sosyal medyayı doğru kullanmaları açısından oldukça önemlidir. Sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde sıralanabilir:

- Sosyal medya platformlarında yer alan her bilgi bir içerik, her içerik ise bir kaynaktır.
- Geleneksel medyada kullanıcılar tüketici konumunda iken sosyal medyada hem üretici hem de tüketici konumundadır.

- Geleneksel medya tek yönlü bir iletişim sunarken sosyal medya çift yönlü bir iletişim sunmaktadır.
- Kullanıcı odaklı olan sosyal medyada herkes eşit söz hakkına sahiptir.
- Bilginin paylaşımının ücretsiz olduğu sosyal medyada paylaşılan içerikler çok geniş kitlelere ulaştırılabilir.
- Erişim imkânının çok daha kolay olduğu sosyal medyada haberlerin yayılması ve algı oluşturulması çok kolaydır.
- Sosyal medyanın kullanımında zaman ve mekâna olan bağımlılık mobil internet ve cihazlar sayesinde nerede ise önemsiz kalmıştır.
- Sosyal medya geleneksel medyaya göre daha özgün bir ortam sağlamaktadır (Özutku vd., 2014).

Kullanıcıların aynı zaman diliminde birden fazla kişi ile iletişim kurmalarını sağlayan sosyal medyada, bireyler sanal kimlikler ortaya çıkarabilir, kendi sosyal hayatlarındaki arkadaşları ile iletişim kurabilir ve çeşitli şekillerde sosyal ilişkilerde bulunabilirler (Griffiths, 2012; Kuss ve Griffiths, 2011). Zamansız ve anlık ilişkilerin kurulduğu sosyal medyada bireyler farklı mekânlardan ve kültürlerden insanlarla bir araya gelmekte, duygu ve düşüncelerini paylaşabilmekte ve bilgi alışverişinde bulunabilmektedirler (Erol, 2021). Bunun yanı sıra sosyal medya; alışveriş, reklam, haber, sivil toplum örgütlenmeleri, siyasi kampanyalar gibi alanlarda işlevsel olarak kullanılmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019).

Sosyal medyanın tarihsel süreç içerisinde çeşitli değişimlere, dönüşümlere uğraması ile geniş bir kitleye ulaşmasıyla çeşitli sosyal medya platformları ortaya çıkmış ve söz konusu platformlar geniş bir iletişim kapasitesine sahip olmaya başlamıştır (Uluç ve Yarcı, 2017). Sosyal medya kullanıcıları ihtiyaçlarına veya tercihlerine göre farklı sosyal medya platformları kullanmaktadır. Bu bakımdan sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya platformlarını doğru tanınması, sosyal medya platformlarının imkanlarını ve kullanım özelliklerini doğru bilmesi hem üretici hem de tüketici olduğu sosyal medyada bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı olması açısından önemlidir (Erol, 2021). Günümüzde dünyada en çok kullanılan Facebook, Youtube, Instagram, Whatsapp, Twitter, Snapchat gibi sosyal medya platformlarının birbirine benzer özellikleri olduğu gibi birbirinden farklılaşan özellikleri de bulunmaktadır. Söz konusu uygulamaları aktif olarak kullanan bireylerin bu platformları tanınması, platformların özelliklerini bilmesi, bilinçli bir sosyal medya okuryazarı olması açısından önemlidir.

İlgili alanyazında ulaşılan son veriler ışığında dünya genelinde en çok tercih edilen sosyal medya ağları ve kullanıcı sayıları şu şekildedir (eBizMBA, 2021):

Tablo 2.2. *Dünya genelinde en çok kullanıcıya sahip sosyal medya ağları*

Sosyal Medya Ağı	Kullanıcı sayısı
Facebook	2 milyar 200 milyon
YouTube	1 milyar 850 milyon
WhatsApp	1 milyar 500 milyon
Instagram	1 milyar 100 milyon
Twitter	375 milyon

Dünya genelinde yaygın bir şekilde kullanılan sosyal medya ağları ve kullanım özellikleri şu şekilde açıklanabilir.

Facebook: Harvard Üniversitesinde öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulan Facebook, kullanıcılarına bilgi alışverişi yapma, yeni arkadaşlıklar kurma ve zaman içinde iletişiminin koptuğu arkadaşları ile tekrar bağlantıya geçme imkânı sunmaktadır. Kişiler arasında güçlü bir iletişim ağı oluşturan Facebook, hızlı bir şekilde yayılmış ve kullanıcılarına sanal ortamda sosyalleşme, iletişim kurma, oyun oynama, gündemi takip etme şansı vermiştir (Uluş ve Yarcı, 2017).

Youtube: C. Hurley, S. Chen ve J. Karim adlı ABD’li üç genç tarafından 2004 yılında kurulan Youtube, kullanıcılarına video paylaşma, paylaşılan videoları izleme ve kalıcılaştırma imkânı sunmaktadır. Youtube, 2011 Nisan ayında İngiltere’deki Kraliyet Düğününün -Prens William ile Catherine (Kate) Middleton’ın evlilik töreninin- 188 ülkede an be an canlı olarak izlenmesini sağlamıştır (Uluç ve Yarcı, 2017).

Whatsapp: Jan Koum tarafından 2009’da Kaliforniya’da kurulan Whatsapp uygulaması kullanıcılarına akıllı telefonlar aracılığı ile internet üzerinden mesajlaşma imkânı sunmaktadır. Ayrıca sesli ya da görüntülü arama, görsel ve video paylaşma şansı da vermektedir. Günümüze gelindiğinde birçok kullanıcı sms yerine Whatsapp üzerinden mesajlaşmayı tercih etmektedir. Zaman içerisinde gerçekleşen çeşitli güncellemeler ile kullanıcılar profil fotoğrafı koyma, durum güncellemesi yapma ve 24 saat süreli şekilde hikâye paylaşma gibi imkanlara da sahip olmuştur (Sabancı, 2018).

Instagram: Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulan Instagram, kullanıcılarına fotoğraf ve video paylaşım imkânı sunmaktadır. 2012 Nisan ayında Facebook tarafından satın alınan Instagram ara yüzünün oldukça sade olması ve kullanımı çok kolay olması açısından herkes tarafından kolaylıkla kullanılabilir (Eshetu, 2019). Günümüzde en çok tercih edilen sosyal medya platformlarından birisinin Instagram olması nedeni ile birçok şirket pazarlama aracı olarak Instagram'ı aktif olarak kullanmaktadır (Koç Alamaslı, 2021).

Twitter: Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından 2006'da Kaliforniya'da kurulan Twitter kullanıcılarına anlık mesaj aktarma, metinlerini yayma ve paylaşma imkânı sunmaktadır. Metinlerin yayılmasını ve paylaşılmasını sağlaması nedeni ile Twitter birçok politikacı, yazar, sanatçı ve kurumsal firmalar tarafından çokça tercih edilmektedir (Uluş ve Yarcı, 2017).

Snapchat: Evan Spiegel, Reggie Brown ve Bobby Murphy tarafından 2011 yılında kurulan Snapchat, kullanıcılarına "snap" adı verilen ve yalnızca sınırlı bir süre görüntülenebilen, ardından kaybolan fotoğraf ve videoları paylaşma imkânı sunmaktadır. Bir "anı paylaşma" temeli üzerine kurulan Snapchat, kullanıcının arşivindeki fotoğraf ya da videoyu değil Snapchat ara yüzü içerisinde çektiği video ya da fotoğrafı paylaşma şansı vermektedir (Tufan Yeniçıktı ve Yüksek, 2017).

Sosyal medya platformları ve özellikleri gözden geçirildiğinde başta basit şekilde metin paylaşımı üzerinden ortaya çıkan platformların zaman içerisinde metnin yanı sıra video, fotoğraf gibi içeriklerin paylaşılması imkânını da sunduğu görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medya platformları benzer özellikler gösterse de belirli özellikler açısından birbirinden farklılaşmaktadır. Facebook ve Instagram hem video hem fotoğraf paylaşım imkânı sunarken, Youtube video paylaşımı, Whatsapp telefon üzerinden metin, fotoğraf veya video paylaşımı, Twitter metin paylaşımı, Snapchat ise anlık fotoğraf ve video paylaşımı ile ön plana çıkmaktadır (Erol, 2021).

Sosyal medyada kullanıcının karşısına çıkan bütün bilgilerin, içeriklerin olumlu ya da olumsuz yönlerinin fark edilebilmesi, taraflı ya da tarafsız olup olmadığının değerlendirilebilmesi, doğru olup olmadığının anlaşılabilmesi; eleştirel bir bakış açısı ile okunması, görülmesi ve duyulması ile mümkündür. Bu nedenledir ki UNESCO (1982) medya eğitimi bildirgesinde, medya kullanıcılarının eleştireliliğinin gelişmesi için gerekli olan tutum, bilgi ve becerinin kazanılması amacı ile okul öncesi dönemden başlanarak yükseköğretime ve hatta yetişkinlerin eğitilmesini dahi içeren geniş kapsamlı eleştirel okuryazarlık eğitim

programlarının başlatılmasını ve sürdürülmesini destekleme önerisine yer vermiştir (Binark ve Bek, 2007). Bu çerçevede uygulanacak olan eğitim programlarının içeriğinde medya unsurlarının analiz edilme süreçleri ve etkili biçimde kullanılmalarının önemi belirtilmektedir. Bu da eleştirel medya okuryazarlığı kavramını ortaya çıkarmaktadır. Eleştirel medya okuryazarlığı kavramının, “*politik, ekonomik, sosyal ve kültürel çıkarlar doğrultusunda medyanın nasıl ortaklaşa çalıştığını eleştirel biçimde anlaşılmasını sağlama; kâr amacı gütmeyen alternatif medyayı araştırma; öğrencilerin ve ailelerinin medya okuryazarı kullanıcılar olmaları için eğitimcilerin sorumluluklarını tanımlama*” şeklinde üç boyutu bulunmaktadır (Torres ve Mercado, 2006). Günümüz dünyasında en çok kullanılan medya araçları olarak sosyal medya uygulamaları, bireylerin belki de eleştirel bir okuryazar olmasını gerektiren en önemli ortamlardır. Çünkü artık sosyal medya toplumun kolaylıkla yönlendirildiği, adeta toplum mühendisliğinin gerçekleştirildiği, bireylere çeşitli değerlerin ve davranışların enjekte edildiği bir alan haline gelmiştir.

Eleştirel düşünen bir sosyal medya okuryazarı; sosyal medyadan edinilen bilgilerin bir başkasının bakış açısıyla oluşturulduğunu bu nedenle bazı gerçekler üzerinde durulduğu, bazılarının görmezden gelindiği, bazılarının da üzerinde oynandığının farkındadır. Bir başka deyişle sosyal medya mesajlarının belirli bir yaratım sürecinde oluştuğunun bilincindedir. Bu durumda bireyin, düşünmenin bakış açıları/ açık fikirlilik/sistematiiklik öğelerine dayanarak “Okuduğum/ dinlediğim/ gördüğüm durumlar hangi bakış açılarıyla ele alınmıştır? Bu mesajlar nasıl bir süreçten geçirilerek oluşturulmuştur? Okuduğum /dinlediğim/ gördüğüm durumlar hangi bağlamda üretilmektedir?” türünden sorulara yanıt arar. (Kurt ve Kürüm, 2010).

Sosyal medyayı hem üretici hem de tüketici olarak kullanan bir eleştirel medya okuryazarı şunlara dikkat etmelidir (Erol, 2021):

- Karşılaştığı içeriklere karşı şüpheci olmalıdır.
- Karşılaştığı içerikleri eleştirel bakış açısı ile değerlendirmeli, sorgulamalıdır.
- Karşılaştığı içerikleri niçin incelediğini bilmeli ve sosyal medyayı amaçlı bir şekilde kullanmalıdır.
- Karşılaştıkları içeriklerdeki iletileri sorgulamalı ve incelemelidir.
- Karşılaştığı içeriklerin doğruluğunu farklı kaynaklardan araştırmalı ve doğrulamalıdır.
- İçerik üretirken kendi sınırlarını kendisi belirleyebilmelidir.
- Ürettiği içeriklerin etkisini farkında olmalıdır.

- Ürettiği içerikleri neden ürettiğini bilmeli ve bir amaç çerçevesinde üretim yapmalıdır.
- Ürettiği içeriklerde verdiği iletilerin bilincinde olmalıdır.

Sosyal medyanın bir diğer özelliği ise kültürleri tanıtmasıdır. Bireyler, sosyal medyadan edindikleri bilgilerle başka kültürler hakkında bilgi sahibi olur. Birey izledikleri, okudukları aracılığıyla kendisine sunulan dünya kültürlerini öğrenir, bunlar içinden kendine uygun olanları alır, olmayanları kabullenmez. Bu bağlamda da birey, “Okuduğum /dinlediğim/ gördüğüm durumlardan bu sonuçlara nasıl ulaştım?” sorusuna yanıt aramaya çalışır. Bunun yanı sıra eleştirel bir medya okuryazarı, medyanın kendine has bir dili (MSN ve cep telefonu mesajlarında kullanılan “slm, nbr, kib” gibi) olduğunu bilir. Bu durumda birey “Buradaki temel fikir nedir? Ne anlatılmak isteniyor?” sorularını sorarak yanıt bulmaya çalışır. Sosyal medya okuryazarı bir birey, “Okuduğum /dinlediğim/ gördüğüm durumlarla ilgili hangi varsayımlarım beni bu sonuca götürdü?” türünden sorularla sosyal medya karşısında aktif, yapıcı ve eleştirel bir tutum sergiler (Kurt ve Kürüm, 2010).

Sosyal medyayla yakın bir ilişki içerisinde bulunan eleştirel medya okuryazarlığı şu noktalara odaklanmalıdır (Uysal ve Yıldız, 2007: 177):

- Bireylerin medya tarafından eğitiliyor, yapılandırılıyor, yönlendiriliyor oldukları konusunda farklılık, duyarlılık yaratmalıdır.
- Medyanın anlamları, nasıl kurgulandığı, izleyicileri nasıl etkilediği, kod ve geleneklerin nasıl analiz edileceği, medya yoluyla sunulan anlamların eleştirel olarak nasıl yorumlanacağı konusunda yeterlilik kazandırılmalıdır.
- Medya tarafından üretilen toplumsal cinsiyet rolleri, ırkçılık, tüketim kültürü, şiddet gibi değerleri sorgulama bilinci geliştirmelidir.
- Medya materyalleri konusunda seçiciliği geliştirmeli, aynı zamanda medyadan nasıl yararlanılacağı konusunda bireyler bilgilendirilmelidir.

Günümüzde neredeyse bütün toplumların çeşitli şekillerde sosyal medya ile iç içe yaşadığı ve bu nedenle sosyal medyanın olumlu-olumsuz bütün etkileri ile karşı karşıya oldukları yadsınamaz bir gerçektir. Bu gerçeklik içerisinde sosyal medyayı kullanım yaşının gittikçe düştüğü ve sosyal medyadan olumlu ya da olumsuz olarak en çok etkilenen kitlenin çocuklar olduğu dikkate alındığında, küçük yaşlardan itibaren sosyal medya kullanımına ilişkin eleştirel bir bakış açısına sahip olmanın gerekliliği çok daha net ortaya çıkmaktadır.

2.5. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde alanyazında medya okuryazarlığı, sosyal medya ve eleştirel okuryazarlık konularıyla ilişkili olan araştırmalara yer verilmiştir.

Karaman ve Karataş (2009), “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri” adlı çalışmalarında öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini bilgisayar sahibi olma, internet erişimi, gazete/dergi takip etme, TV izleme sıklığı ve internet kullanım sıklığı gibi değişkenlerle birlikte incelemiştir. Betimsel ilişkisel araştırma modeli ile gerçekleştirilen çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu ve bilgisayar ve internet sahipliği, gazete/dergi takip etme, TV izleme ve internet kullanma sıklığı değişkenlerinin öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kurt ve Kürüm (2010), “Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış” adlı çalışmada medya okuryazarlığı ile bireyin medya mesajlarını doğru anlayabilmesine olanak sağlayacak bir medya bilincinin oluşturulması ve eleştirel bir bakışla medya kültürünü çözümleyen bireylerin yetiştirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda alanyazındaki çalışmalara bağlı olarak medya okuryazarlığı ile eleştirel düşünme becerilerinin öğretilebileceği ve geliştirilebileceği, benzer bir biçimde eleştirel düşünme becerileri aracılığıyla medya okuryazarlığı becerilerinin kazandırılabilmesi, medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme ile ilgili öğretmenlere hizmet içi eğitimlerin verilmesi, benzer şekilde ailelerin bilinçlendirilmesi için gerekli çalışmaların yapılmasının önemli olduğu sonucu ortaya koyulmuştur.

Vural ve Bat (2010), “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmada Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde okumakta olan öğrencilerin bilgi iletişim teknolojilerinden internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmeyi ve bu doğrultuda birtakım değerlendirme sonuçları ortaya koymayı amaçlamıştır. Tarama modelinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin tamamının internet kullandığı, sosyal ağlara ilginin çok fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun pazarlama, halkla ilişkiler ve reklâm sektörü için değerlendirilmesi gereken bir durum olduğu ifade edilmiştir.

Sezgin vd. (2011), “BÖTE Öğrencilerinin Facebook Kullanım Amaçları ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı ile İlgili Görüşleri: MAKÜ Örneği” adlı çalışmada bir sosyal ağ sitesi olan Facebook’un kullanım amacı ve eğitsel kullanımı hakkında öğrenci görüşlerinin incelenmesini amaçlamıştır. Tarama yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen araştırma

sonucunda öğrencilerin Facebook’u çoğunlukla arkadaşları ile iletişim kurmak ve bilgi/kaynak paylaşımı amacı ile kullandıkları görülürken, yeni arkadaşlıklar kurmak ve bir gruba katılmak için daha az oranda kullandıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin Facebook’u eğitsel amaçlı kullanımıyla ilgili görüşleri genel ortalamanın bir miktar üstünde çıkmıştır. Bu durum öğrencilerin Facebook’un eğitsel kullanımı ile ilgili olumlu düşüncelere sahip oldukları şeklinde yorumlanmıştır.

Öztürk ve Akgün (2012), “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri” adlı çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerinin olumlu-olumsuz etkilerini ve eğitsel açıdan kullanımına yönelik görüşlerini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. İlişkisel tarama yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda sosyal paylaşım sitelerinin üniversite öğrencilerine göre olumlu ve olumsuz etkilerinin öğrencilerin; cinsiyetlerine, doğdukları yere, sosyo-ekonomik durumlarına, okudukları bölüme, okudukları sınıfa ve genel akademik not başarılarına göre bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal paylaşım sitelerinin eğitsel bağlamda kullanılmasında ise düşük gelire sahip olan öğrenciler lehine bir farklılık olduğu ve bu öğrencilerin görüşlerinin daha olumlu olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin okudukları lisans programı açısından da anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir.

Görmez (2014), “Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Düzeyleri” adlı çalışmada ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerini tespit etmeyi ve öğrencilerin karşılaştıkları kitle iletişim araçlarını yorumlarken okulda almış oldukları medya okuryazarlığı dersinin bu dersi almayan öğrencilere kıyasla bir etkisinin olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Örnek olay çalışması deseninde gerçekleştirilen araştırma sonucunda medya okuryazarlığı dersini almış öğrencilerin bu dersi almamış öğrencilere göre “İletişim Nedir?, Kitle iletişimi, Medya, Televizyon, Gazete ve İnternet” ünitelerinde yer alan kazanımları daha fazla içselleştirdikleri ancak İnternet ünitesiyle alakalı kazanımları içselleştirme bakımından iki öğrenci grubu arasında bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tanrıverdi ve Sağır (2014), “Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi” adlı çalışmada, lise öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçları ve sosyal medya uygulamalarını benimseme düzeylerinin öğrencilerin ders başarısı üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. İlişkisel tarama yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısı üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu belirlenmiştir.

Ata ve Yıldırım (2016), “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Dersi Kapsamında İnternet ve Sosyal Medya Kullanımları” adlı çalışmalarında öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersi kapsamında verilen okuma aktivitelerinde internet ve sosyal medya araçlarını kullanırken edindikleri okuma stratejilerinin belirlenmesini amaçlamışlardır. Betimsel bir durum çalışması şeklinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda katılımcıların teknik yeterlilik, dijital teknolojileri günlük ve profesyonel hayatta amacına uygun olarak kullanma, dijital teknolojileri eleştirel olarak değerlendirebilme ve dijital kültüre katkı sağlama yeterliliklerinde bir farkındalıklarının olduğu, ancak yetkinliklerinin sınırlı olduğu görülmüştür.

Karaman (2016), “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Eleştirel Düşünme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel düşünme eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlenmeyi amaçlamıştır. İlişkisel tarama modelinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel düşünme eğilimleri arasında doğru orantılı pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca bu adaylarının cinsiyet değişkeni göz önüne alındığında; erkeklerin medya okuryazarlık düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimlerinin kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bölüm değişkeni açısından ise Sosyal Bilgiler ve Türkçe Öğretmenliği bölümleri lehine anlamlı fark bulunmuştur.

Arıkan ve Karasu (2016), “Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Durumları ve Medya Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini ve sosyal ağ kullanım durumlarını belirleyerek aralarındaki ilişkiyi çeşitli değişkenler açısından incelemek amaçlamıştır. İlişkisel tarama modelinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda öğretmen adaylarının Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği toplam puanları ve Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği toplam puanları arasında anlamlı bir ilişki görülürken, ölçek toplam puanlarının lisans programı, cinsiyet ve medya okuryazarlık dersi alma durumları bakımından farklılaşmadığı görülmüştür.

Uzun (2016), “Sosyal Medyanın Bilgi Kalitesine Etkisi: Sahte Hesaplar” adlı çalışma ile sahte hesapları tespit eden araçların yeterliliklerini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Betimleme yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarında yer alan online sahte hesapları tespit etme araçlarının yeterli olmadığı ortaya koyulmuştur.

Durak ve Seferoğlu (2016), “Türkiye’de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin İncelenmesi” adlı çalışmada Türkiye’de sosyal medya okuryazarlığının temel göstergeleri çerçevesinde sosyal medya kullanım durumlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Literatür inceleme türünde gerçekleştirilen çalışma sonucunda yaş arttıkça internete erişim oranı düştüğü, internete erişim olanağı bulan bu grup içinde gençler en yüksek orana sahip olduğu, Türkiye nüfusunun yaklaşık yarısının aktif sosyal medya hesabı bulunduğu, sosyal medya ortamlarının eğlence unsuru olarak görüldüğünü ortaya koyulmuştur.

Güney (2018), “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımlarının Medya Okuryazarlık Düzeyinde Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi” adlı çalışmada Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımlarının medya okuryazarlık düzeylerinde farklı değişkenler açısından incelenmesini amaçlamıştır. Tarama modelinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek seviyede, sosyal medyaya karşı tutumlarının ise kısmen olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım süreleri arttıkça medya okuryazarlık düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir.

Üztemur ve Dinç (2020), “Medya Okuryazarlığı Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Algıları: Bir Metafor Çalışması” adlı çalışma ile ortaokul öğrencilerinin sosyal medya algılarını metaforlar aracılığıyla tespit etmeyi amaçlamışlardır. İçerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda öğrenciler tarafından en fazla üretilen metaforlar sırasıyla; dünya, hayat, kitap, mektup ve çöplük kavramları olmuştur. Öğrencilerin ürettikleri metaforlar 9 tema altında ele alınmıştır. Bu temalar; bağımlılık, haberleşme ve iletişim, zaman kaybı, eğlendirme aracı, kapsamlı ve geniş, bilgilendirici ve aydınlatıcı, gereksinim, sosyalleşme, zararlı şeklinde sıralanmıştır.

Ağaoğlu Taşçı ve Durmaz (2021), “Ortaokuldaki Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlıklarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi” adlı çalışmada ortaokul düzeyindeki öğrencilerin sosyal medya kullanımı ve dijital okuryazarlıklarının farklı değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden tarama modelinde gerçekleştirilen çalışma sonucunda yaş grupları ve cinsiyet değişkenleri açısından sosyal medya kullanımına dair anlamlı bir fark görülmemiştir. Okul türü açısından ise anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Özel okulda öğrenim gören öğrencilerin devlet okullarında öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek oranda sosyal medyayı kullandıkları belirlenmiştir.

Öztay ve Öztay (2021), “Küresel İletişim Çağında Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık ve Eleştirel Düşünme Düzeylerinin İncelenmesi” adlı çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlık ve eleştirel düşünme beceri düzeylerini ve medya okuryazarlığı ile eleştirel düşünme beceri düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden tarama modelinin kullanıldığı araştırma sonucunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlık ve eleştirel düşünme becerilerinin cinsiyete, interneti kullanma süresine ve TV programlarında aradıkları temel işleve göre anlamlı bir fark göstermediği bulunmuştur. Ayrıca, eleştirel düşünme beceri düzeyi öğretmen adayının okuduğu öğrenim seviyesi ve ana bilim dalına göre farklılık göstermezken, öğretmen adaylarının medya okuryazarlık beceri düzeyleri öğrenim seviyesine ve ana bilim dalına göre farklılık göstermektedir. Sosyal medya araçları açısından bakıldığında eleştirel düşünme düzeyi yüksek çıkan öğretmen adaylarının Twitter kullanmayı daha çok tercih ettiği, medya okuryazarlık düzeyi yüksek olan öğretmen adaylarının ise Twitter ve Facebook tercih ettiği bulunmuştur. Ayrıca, eleştirel düşünme ve medya okuryazarlığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bircan (2022), “Öğretmenlerin İnternete Yönelik Eleştirel Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesinde Bilgi ve Teknoloji Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi” adlı çalışmada farklı tanımlayıcı özellikleri bulunan öğretmenlerin internete yönelik eleştirel okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı ve teknoloji okuryazarlık düzeylerinin hangi düzeyde olduğunun ve bu okuryazarlık düzeyleri arasındaki istatistiksel ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen çalışma sonucunda öğretmenlerin internete yönelik eleştirel okuryazarlık, bilgi okuryazarlık ve teknoloji okuryazarlık düzeylerinin iyi seviyede olduğu, öğretmenlerin internete yönelik eleştirel okuryazarlık düzeylerinin cinsiyet, eğitim kademesi ve branş değişkenlerine göre farklılaşmadığı, bilgi okuryazarlık ve teknoloji okuryazarlık düzeylerinde ise cinsiyet ve kıdem yılına göre farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada, öğretmenlerin internete yönelik eleştirel okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı ve teknoloji okuryazarlık becerilerinin düşük düzeyde ve pozitif yönlü biçimde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özkaya (2023), “Dijital Dünyada Çevrimiçi Riskler, Bilişim Suçları ve Mağdur Çocuk” adlı makalesinde çocukların sosyal medya ortamlarında karşılaştıkları tehlikelerden söz edilerek alınması gereken önlemlere ilişkin tedbirler hukuki bağlamda ortaya koymaya çalışmıştır.

Aktaş Avcı (2024) “Yeni Bir Erginlik Türü: “Dijital Erginlik” adlı çalışmasında web siteleri, video platformları, podcast ve sesli içerikler, mobil uygulamalar, online oyunlar ve e-ticaret siteleri sosyal medya aracılığı ile erişilebilen mecralarda çocukların korunması gerektiği düşüncesi ile çevrimiçi onay mekanizmasının çocuklara zarar vermeden nasıl işletilebileceğini araştırmıştır. Söz konusu çocuğu korumaya yönelik olarak kurallar dikkate alınarak dijital erginlik kavramına ilişkin çözüm önerileri ortaya koymuştur.

Arke (2005), “Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme: Bir Bağlantı Var Mı?” adlı çalışmada medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerileri arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamıştır. Nicel araştırma yönteminde gerçekleştirilen araştırma sonucunda medya okuryazarlığı ile eleştirel düşünme arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ve medya okuryazarlığı eğitiminin eleştirel düşünme becerilerinin kazanılmasında önemli bir araç olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) “Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Durumlarının İncelenmesi” adlı çalışmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlığı durumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. İçerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda ortaokul öğrencilerinin en çok Youtube, Tiktok, Instagram ve Snapchat gibi uygulamaları kullandığı, sosyal medyayı eğlenmek, sosyalleşmek ve bilgi edinmek amaçları ile kullandıkları, sosyal medyada karşılaştıkları içeriklere ilişkin doğrulamalar yapmadıkları ve sosyal medyayı kullanırken üretici değil tüketici konumunda oldukları tespit edilmiştir.

Açar ve Demir (2025), “Sosyal Ağların Gölgesinde: Lise Öğrencileri Üzerindeki Sosyal Medya Etkilerinin Çok Yönlü Analizi” adlı çalışmada lise öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının geniş yelpazedeki etkilerini ele almak ve dijital çağın bu önemli fenomeninin gençler üzerindeki hem olumlu hem de olumsuz sonuçlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Fenomenolojik metot ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda öğrencilerin sosyal medyayı eğitim, kişisel bakım, moda, sosyal ilişkiler gibi nedenlerle kullandıkları ortaya konulmuştur. Sürekli bilgi akışına maruz kalmaları nedeni ile unutkanlık, yorgunluk ve bıkkınlık hissini ortaya çıkarmakta ve gençler üzerinde dikkat dağınıklığı ve stres gibi olumsuz etkiler yarattığını belirtmiştir.

İlgili alanyazın incelendiğinde bireylerin medya okuryazarlık durumları ve eleştirel okuryazarlıklarının incelenmesiyle ilgili bazı çalışmalar (Aktaş Avcı, 2024; Arke, 2005; Bircan, 2022; Görmez, 2014; Karaman, 2016; Karaman ve Karataş, 2009; Kurt ve Kürüm, 2010; Öztay ve Öztay, 2021) yapıldığı belirlenmiştir. Özel bir alan olarak sosyal medyayla ilgili yapılan önemli çalışmalar da (Açar ve Demir, 2025; Ağaoğlu Taşçı ve Durmaz, 2021;

Arıkan ve Karasu, 2016; Ata ve Yıldırım, 2016; Durak ve Seferoğlu, 2016; Eserdi, Erol ve Çıkan, 2025; Güney, 2018; Özkaya, 2023; Öztürk ve Akgün, 2012; Sezgin vd., 2011; Tanrıverdi ve Sağır, 2014; Uzun, 2016; Üztemur ve Dinç, 2020; Vural ve Bat, 2010) tespit edilmiştir. Bu çalışmalar incelendiğinde sosyal medya uygulamalarının incelenmesi, sosyal medya algısı, sosyal medyadaki riskler gibi konularla birlikte sosyal medya kullanımına ilişkin lise ve üniversite öğrencileri gibi yetişkin gruplara yönelik nicel çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan sadece Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) araştırmalarında ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumlarını incelemiştir. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını eleştirel okuryazarlık bağlamında incelemeyi amaçlayan bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak ortaokul öğrencilerinin tamamıyla, sınıf düzeyi ve cinsiyet gibi değişkenler kullanılarak eleştirel okuryazarlık odağında çalışılmıştır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Ortaokul öğrencilerinin eleştirel okuryazarlık bağlamında sosyal medya kullanımlarının değerlendirildiği bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim (fenomenoloji) modeli kullanılmıştır. Olgubilim deseni kişinin belli bir olguyu, durumu deneyimlemesi sonucunda ortaya çıkardığı anlamlara odaklanır (Baker, Wuest ve Stern, 1992; Creswell, 2021; Gedik, 2016; Jasper, 1994; Miller, 2003; Tekindal, 2021). Olgubilim hem felsefi bir hareket hem de bir nitel araştırma yöntemi olarak ifade edilmektedir (Gill, 2014). Olgubilim, bireylerin deneyimlemiş oldukları dünyayı tanımlamaya ve yorumlamaya çalışarak açıklamalar ve olgular oluşturmayı hedefler (Jasper, 1994; Miller, 2003). Olgubilim yaklaşımında katılımcıların bir duruma, olguya dair yaşantıları, algıları ve bunlara yüklemiş oldukları anlamlar belirlenmeye çalışılır (Dönmez, 2017). Olgubilimin oldukça fazla uygulama biçimi bulunmaktadır. Uygulama biçimleri farklılık gösterse de hepsinin ortak noktası öznel deneyimlere önem verilmesidir. Alanyazında gerçekleştirilen olgubilim çalışmaları; hem odaklanılan olgunun tanımlanması ve boyutlarının ifade edilmesi hem de katılımcıların olguya ilişkin yaşantılarının, hislerinin, olgulara yükledikleri anlamların ortaya koyulmasına dair oldukça faydalı ve çok yönlü bilgiler sunması açısından önemlidir (Özmen ve Karamustafaoğlu, 2019; Yıldırım ve Şimşek, 2013).

3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2024-2025 eğitim-öğretim yılında Gaziantep ili Araban ilçesinde öğrenim gören 80 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmaya 5, 6, 7, 8. sınıflardan her düzeyde 20 kişi olmak üzere toplamda 80 öğrenci katılmıştır. Gönüllülük esas alınarak 40 kız ve 40 erkek öğrenci çalışma grubunda yer almıştır.

3.3. Verilerin Toplama Süreci ve Araçları

Araştırmada veri toplama aşamasından önce gerekli olan etik kurulu onayı (Ek 1) ve Gaziantep İl Milli Eğitim Müdürlüğünden uygulama ve araştırma izni (Ek 2) alınmıştır. Araştırma öncesinde öğrencilere ve velilere araştırmanın amacı ile ilgili bilgiler verilip veli onayı alınmış ve öğrencilerin gönüllü katılımı esas alınmıştır.

Araştırma verileri araştırmacı tarafından toplanmıştır. Verilerin toplanması için öncelikle katılımcılara ön bilgilendirme yapılmıştır. Verilerin toplanma amacı, verilerin

kullanılacağı çalışma ve gizlilik konularında bilgi verilmiştir. Katılımcılar ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu ile bilgi alınmıştır.

Ortaokul öğrencilerinin eleştirel okuryazarlık bağlamında sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesine ilişkin öğrenci görüşlerini belirlemek amacıyla 20 açık uçlu sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Bu 20 sorunun 6'sı Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) tarafından hazırlanan “Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık durumlarının incelenmesi” adlı çalışmadan izin alınarak kullanılmıştır. Görüşme sorularının içerik ve kapsam geçerliliğini sağlamak amacıyla Türkçe eğitimi ve medya okuryazarlığı alanında çalışmalar yapan 3 uzmandan, eğitim bilimleri alanında çalışan 1 uzmandan görüş alınmıştır. Görüşler doğrultusunda üzerinde görüş birliğine varılan 16 açık uçlu sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazır hâle getirilmiştir (Ek 3). Soruların hazırlanmasında;

- Az sayıda temel soru sorulmasına,
- Soruların tek katmanlı, bir boyuta odaklı olmasına,
- Katılımcıların yaş grubuna uygun olarak anlaşılır, yanıtlanabilir olmasına,
- Açık uçlu olmasına,
- Yönlendirmelerden uzak olmasına,
- Araştırmanın amacına uygun olarak özelleştirilmiş olmasına,
- Yargılayıcı olmamasına özen gösterilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmada verilerin analiz edilmesi amacı ile nitel veri analizi tekniklerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi tekniği, *“iletilerin açık olan içeriğinin nesnel ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır”* (Fiske, 1996: 176). İçerik analizi tekniği kullanılarak belgelerin, metinlerin, dokümanların barındırdığı içerikleri nesnel bir şekilde kurallar dâhilinde analiz edilebilmektedir. Bu araştırmanın amacına uygun olarak veri toplama aracından elde edilen bilgiler araştırmanın alt amaçları dikkate alınarak ayrı ayrı analiz edilmiştir. Elde edilen analizlere bulgular bölümünde yer verilmiştir. Araştırmadan elde edilen nitel verilerin analizinde geçerlik ve güvenilirliği sağlamak için Miles-Huberman (1994) tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda iki alan uzmanı tarafından kodlama ve karşılaştırma işlemleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan işlem sonucunda Miles ve Huberman (1994)'ın güvenilirlik formülü ($\text{Güvenirlik} = \frac{\text{görüş birliği}}{\text{görüş birliği} + \text{görüş ayrılığı}} \times 100$) kullanılarak kodlayıcılar arası uyum .84 olarak

hesaplanmıştır. Kodlayıcılar arası güvenirlik oranının %80'in üzerinde çıkması, Miles ve Huberman (1994)'a göre araştırmanın güvenirliği için yeterlidir.



4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırmanın amacına yönelik olarak uygulanan yarı yapılandırılmış görüşme formundan elde edilen bulgular ve yorumlar yer almaktadır.

4.1. Birinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamaların sınıf düzeylerine göre dağılımına ilişkin bulgular Tablo 4.1’de yer almaktadır.

Tablo 4.1. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamaların sınıf düzeylerine göre dağılımı

Uygulama	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Youtube	18	15	17	12	62	29,5
Instagram	15	16	7	16	54	25,7
Snapchat	11	13	10	11	45	21,4
Tiktok	7	12	11	10	40	19,2
Facebook	2	3	1	0	6	3,1
X (Twitter)	2	1	1	1	5	1,1
Diğer	0	0	0	0	0	0
Toplam	55	60	47	50	212	100

Tablo 4.1 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin daha çok Youtube, Instagram, Snapchat ve Tiktok’u, az da olsa Facebook ve X’i (Twitter) tercih ettiği görülmektedir. Tercih edilen uygulamaların özellikleri dikkate alındığında video, fotoğraf vb. içeriklerin paylaşıldığı uygulamaların daha çok kullanıldığı, metin yazma ya da okuma içeriklerinin bulunduğu uygulamaların daha az tercih edildiği görülmektedir. Sınıf düzeylerine göre incelendiğinde tercih edilen uygulamalara ilişkin önemli bir farklılık bulunmamaktadır.

Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarının cinsiyet değişkenine göre dağılımına ilişkin bulgular Tablo 4.2’de yer almaktadır.

Tablo 4.2. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	F	%
Youtube	36	26	62	29,5
Instagram	25	29	54	25,7

Tablo 4.2. (Devamı) Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

Snapchat	33	12	45	21,4
Tiktok	23	17	40	19,2
Facebook	3	3	6	3,1
X (Twitter)	3	2	5	1,1
Diğer	0	0	0	0
Toplam	123	89	212	100

Tablo 4.2'ye göre ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamaları cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde, fotoğraf paylaşımı ve beğeni özelliklerinin ön planda olduğu “Tiktok” ve “Snapchat” uygulamalarının daha çok kız öğrenciler tarafından tercih edildiği görülmektedir.

4.2. İkinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre sosyal medyada günlük ne kadar vakit geçirdiklerine ilişkin bulgular Tablo 4.3'te yer almaktadır.

Tablo 4.3. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri süreye ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
1-2 Saat	10	9	7	1	27	34,2
2- 3 Saat	2	3	7	9	21	26,6
3 – 4 Saat	1	4	3	6	14	17,7
0 -1 Saat	6	3	2	0	11	13,9
4 ve Üstü	1	0	1	4	6	7,6
Toplam	20	20	20	20	79	100

Tablo 4.3 incelendiğinde çocukların neredeyse hepsinin günde en az 1 saat çeşitli sosyal medya uygulamalarında zaman geçirdikleri görülmektedir. Alt sınıflardaki öğrencilerin sosyal medyada zaman geçirme sürelerinin 1-2 saat aralığında olduğu görülürken üst sınıflardaki öğrencilerin sosyal medyada zaman geçirme sürelerinin 2-3 saat aralığında olduğu görülmektedir. Bu durum ortaokul düzeyinde yaş ilerledikçe çocukların sosyal medya uygulamalarında daha fazla zaman geçirdiklerini göstermektedir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri sürenin cinsiyet değişkenine göre dağılımına ilişkin bulgular Tablo 4.4'te yer almaktadır.

Tablo 4.4. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri süreye ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
1-2 Saat	14	13	27	34,2
2- 3 Saat	11	10	21	26,6
3 – 4 Saat	5	9	14	17,7
0 -1 Saat	6	5	11	13,9
4 ve Üstü	3	3	6	7,6
Toplam	40	40	79	100

Tablo 4.4 incelendiğinde ortaokul öğrencilerin çoğunluğunun sosyal medyada 1-2 saat vakit geçirdikleri görülmektedir. Cinsiyet değişkeni açısından değerlendirildiğinde kız öğrencilerin ve erkek öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri sürelerin birbirine yakın olduğu görülmektedir. Buna göre ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri sürenin cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermediği söylenebilir.

4.3. Üçüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin ilk sosyal medya hesaplarını ne zaman (kaç yaşında) açtıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı Tablo 4.5’te yer almaktadır.

Tablo 4.5. Ortaokul öğrencilerinin ilk sosyal medya hesaplarını ne zaman (kaç yaşında) açtıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
11 Yaş	5	6	11	7	29	36,3
10 Yaş	6	9	7	5	27	33,8
12 Yaş	0	3	1	5	9	11,2
8 Yaş	4	2	0	0	6	7,5
9 Yaş	5	0	1	0	6	7,5
13 Yaş	0	0	0	3	3	3,7
Toplam	20	20	20	20	80	100

Tablo 4.5 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin çoğunluğunun ilk sosyal medya hesaplarını 10 ve 11 yaşlarında açtıkları görülmektedir. Sınıf düzeylerine göre öğrencilerin ilk sosyal medya hesaplarını açma yaşlarına bakıldığında alt sınıf grubu öğrencilerin ilk sosyal medya hesaplarını daha küçük yaşlarda açtıkları, üst yaş grubu öğrencilerinin ise ilk sosyal medya hesaplarını alt sınıf grubu çocuklarına göre 2 veya 3 yıl daha geç açtıkları görülmektedir. Teknolojiye ve internete erişimin son dönemlerde büyük bir hızla kolaylaştığı bilinmektedir. Yakın bir zaman önce çocuklar internet kullanmayı dahi bilmezken günümüzde

ilkokul çağı çocuklarının bile internete kolay bir şekilde eriştiği ve sosyal medya uygulamalarını kullandıkları bilinmektedir. Üst yaş grubu öğrencilerin daha geç sosyal medya hesabı açarken alt sınıf grubu öğrencilerinin daha küçük yaşlarda sosyal medya hesabı açmış olmaları internete ve sosyal medyaya erişimin zaman içerisinde kolaylaşması ile ilişkilendirilebilir.

Ortaokul öğrencilerinin ilk sosyal medya hesaplarını açma zamanlarına (kaç yaşında) ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı Tablo 4.6’da yer almaktadır.

Tablo 4.6. Ortaokul öğrencilerinin ilk sosyal medya hesaplarını açma zamanlarına (kaç yaşında) ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
10 Yaş	14	15	29	36,3
11 Yaş	16	13	29	36,3
12 Yaş	5	4	9	11,2
9 Yaş	2	4	6	7,5
8 Yaş	3	3	6	7,5
13 Yaş	0	1	1	1,2
Toplam	40	40	80	100

Tablo 4.6 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin ilk sosyal medya hesabı açma zamanlarının genel olarak 10-11 yaş civarında olduğu, kız ve erkek öğrencilerin birbirine yakın zamanlarda sosyal medya hesabı açtıkları görülmektedir.

4.4. Dördüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı Tablo 4.7’de yer almaktadır.

Tablo 4.7. Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Hayır	11	15	18	15	59	73,8
Evet	9	5	2	5	21	26,2
Toplam	20	20	20	20	80	100

Tablo 4.7 incelendiğinde öğrencilerin çoğunluğunun aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesabı olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin sınıf düzeylerine

göre aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanımına bakıldığında herhangi bir farklılık görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına ilişkin bulgular ve bu bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı Tablo 4.8’de yer almaktadır.

Tablo 4.8. Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Hayır	34	25	59	73,8
Evet	7	14	21	26,2
Toplam	41	39	80	100

Tablo 4.8 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına cinsiyet değişkeni bağlamında bakıldığında kız öğrencilerin az da olsa aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullandıkları görülürken erkeklerde bu sayı iki katına çıkmaktadır.

4.5. Beşinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum veya kişilerin neler/kimler olduğuna ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı tablo 4.9’da yer almaktadır.

Tablo 4.9. Ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum veya kişilere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Sosyal Medya Uygulamaları	8	12	12	15	47	46,6
Arkadaşları	5	15	3	7	31	30,7
Ailesi	4	5	3	0	12	11,9
TV Reklamları	4	3	1	1	9	8,8
Öğretmenleri	0	0	1	1	2	2
Toplam	21	35	20	24	101	100

Tablo 4.9 incelendiğinde ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden birçok unsurun olduğu görülmektedir. Öğrencileri sosyal medya kullanmaya en çok teşvik eden durumların sırası ile sosyal medya uygulamalarının kendisi, arkadaşları ve ailesinin olduğu görülmektedir. Bu unsurların başında gelen sosyal medya uygulamalarının dikkat

çekici öğeler içermesi, çocuklara hitap eden e-oyunlar, eğlenceli görseller ve videolar barındırması öğrencilerin dikkatini çekmektedir. Çocukluk çağının merak duygusunun en yoğun olduğu dönem olduğu dikkate alınırsa sosyal medya uygulamaları için bahsedilen söz konusu unsurların çocukların dikkatini çekmesi beklenen bir durum olarak değerlendirilebilir.

Bununla birlikte öğretmenlerin çocukları sosyal medya kullanımına neredeyse hiç teşvik etmedikleri görülmektedir. Öğretmenler sosyal medya uygulamalarının olumlu özelliklerinin yanı sıra olumsuz, tehlikeli özelliklerinin ve çocuklara uygun olmayan içeriklerin bilincindedirler. Ayrıca öğretmenler sosyal medyanın doğru kullanımı ile ilgili öğrencilerin yeterince bilgi sahibi olmadıklarını düşündüklerinden çocukları sosyal medya kullanmaya teşvik etmemeleri de bu durumla açıklanabilir.

Ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum veya kişilere ilişkin bulgular ve bu bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 5.10'da yer almaktadır.

Tablo 4.10. Ortaokul öğrencilerini sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum veya kişilere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Sosyal Medya Uygulamaları	24	23	47	46,6
Arkadaşlarım	19	12	31	30,7
Ailem	6	6	12	11,9
TV Reklamları	3	6	9	8,8
Öğretmenlerim	2	0	2	2
Toplam	54	47	101	100

Tablo 4.10 incelendiğinde öğrencileri sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum ve kişilere ilişkin bulgular cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde kız ve erkek öğrencilerin ifade ettiği kişilerin/durumların birbirine benzer oldukları görülmektedir.

4.6. Altıncı Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlarla kullandıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı tablo 4.11'de yer almaktadır.

Tablo 4.11. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlarla kullandıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Eğlenmek için	19	19	13	20	71	16,9
Bilgi sahibi olmak için	13	10	17	14	54	12,9
Boş vakitlerimi doldurmak için	12	15	9	13	49	11,7
Sohbet etmek için	7	15	9	13	44	10,5
Araştırmalar yapmak için	10	9	10	11	40	9,5
Gündemden haberdar olmak için	7	5	8	13	33	7,9
Ünlüleri/modayı takip edebilmek için	5	6	5	9	25	6
Alışveriş yapmak için	6	5	6	7	24	5,7
Yeni insanlarla tanışmak için	3	10	1	6	20	4,8
Bu uygulamaların ne olduğunu merak ettiğim için	7	5	4	3	19	4,6
Arkadaşlarım kullandığı için	9	5	3	1	18	4,3
Arkadaşlarımın hayatını takip etmek için	1	6	1	9	17	4
Dışlanmamak/bilgisiz görünmemek için	3	1	0	1	5	1,2
Toplam	102	111	86	120	419	100

Tablo 4.11 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını en çok eğlenmek, bilgi sahibi olmak, boş vakitlerini doldurmak, sohbet etmek, araştırmalar yapmak ve gündemden haberdar olmak amacı ile kullandıkları görülmektedir. Ünlüleri/modayı takip edebilmek için, alışveriş yapmak için, yeni insanlarla tanışmak için, bu uygulamaların ne olduğunu merak ettiğim için, arkadaşlarım kullandığı için, arkadaşlarımın hayatını takip etmek için, dışlanmamak/bilgisiz görünmemek için gibi sebepler de öğrenciler tarafından ifade edilmiştir. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçlarına ilişkin bulgular ve bu bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.12’de yer almaktadır.

Tablo 4.12. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Eğlenmek için	36	35	71	16,9
Bilgi sahibi olmak için	29	25	54	12,9
Boş vakitlerimi doldurmak için	28	21	49	11,7

Tablo 4.12. (Devamı) Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

Sohbet etmek için	22	22	44	10,5
Araştırmalar yapmak için	26	14	40	9,5
Gündemden haberdar olmak için	15	18	33	7,9
Ünlüleri/modayı takip edebilmek için	15	10	25	6
Alışveriş yapmak için	18	6	24	5,7
Yeni insanlarla tanışmak için	11	9	20	4,8
Bu uygulamaların ne olduğunu merak ettiğim için	16	3	19	4,6
Arkadaşlarım kullandığı için	11	7	18	4,3
Arkadaşlarımın hayatını takip etmek için	10	7	17	4
Dışlanmamak/bilgisiz görünmemek için	4	1	5	1,2
Toplam	241	178	419	100

Tablo 4.12 incelendiğinde kız öğrencilerin sosyal medya uygulamalarını en çok eğlenmek, bilgi sahibi olmak, boş vakitlerini doldurmak, araştırma yapmak, sohbet etmek ve alışveriş yapmak gibi amaçlarla kullandıkları görülürken erkek öğrencilerin eğlenmek, bilgi sahibi olmak, sohbet etmek ve boş vakitlerini doldurmak amacı ile kullandıkları görülmektedir. Bu bağlamda cinsiyet değişkeni açısından ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarının birbirine benzer olduğu görülmektedir. Ancak kız öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında alışveriş yapmak önemli bir yer edinirken erkek öğrencilerde bu önemli bir amaç olarak görülmemiştir.

4.7. Yedinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımını nasıl değerlendirdiklerine, faydalı ve zararlı gördükleri yönlerine ilişkin bulgular Tablo 4.13’de yer almaktadır.

Tablo 4.13. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri

	İfadeler	f	%	T.%
Faydalı	Bilgi edinmek	25	20	58,4
	Ders tekrarı yapmak	20	16	
	Eğlenceli zaman geçirmek	12	9,6	
	Arkadaşlar ile iletişim kurmak	6	4,8	
	Alışveriş yapmak	5	4	
	Güncel olayları takip etmek	5	4	

Tablo 4.13. (Devamı) Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri

	Zaman kaybı	21	16,8	
Faydasız	Uygunsuz içerikler	14	11,2	41,6
	Olumsuz örnek olan ünlüler	9	7,2	
	Dini, kültürel inançları zedeleyici öğeler	8	6,4	
Toplam		125	100	100

Tablo 4.13 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin önemli bir kısmının sosyal medya kullanımının faydalı olduğunu düşündükleri görülmektedir. Sosyal medya kullanımını faydalı olarak gören öğrenciler bilgi edinmek, ders tekrarı yapmak, eğlenceli zaman geçirmek, arkadaşlarla iletişim kurmak, alışveriş yapmak ve güncel olayları takip etmek gibi konularda sosyal medya kullanımının kendilerine fayda sağladığını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin bir kısmı ise sosyal medya kullanımının zararlı olduğunu düşündüklerini belirterek zaman kaybı, uygunsuz içerikler, olumsuz örnek olan ünlüler ve dini, kültürel inançları zedeleyici öğelere vurgu yapmıştır. Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şunlardır:

“Youtube aracılığı ile kodlama yapmayı öğreniyorum.” (Ö-12)

“Matematik dersinde anlamadığım konular oluyor. Bunları Youtube’den tekrar dinleyerek tekrar ediyorum.” (Ö-21)

“Boş zamanlarımda online oyunlar oynayarak eğleniyorum.” (Ö-9)

“Yaşadığımız yerden taşınan arkadaşım ile mesajlaşıyorum.” (Ö-3)

“Instagramdan bazı sayfalardan alışveriş yapıyorum.” (Ö-35)

“Güncel olayları Facebook’tan okuyorum.” (Ö-6)

“TikTok’ta video izlemeye başlayınca saatlerim geçiyor. Bence zamanımız hep boş gidiyor.” (Ö-46)

“Ben oyun oynarken birden karşıma kötü reklamlar çıkıyor. Çok sinirleniyorum.” (Ö-16)

“Bazı ünlüler para kazanmak için bizi kandırabiliyor.” (Ö-66)

“Müslümanları aşağılayan bazı siteler, sayfalar beni rahatsız ediyor.” (Ö-70)

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı değerlendirmelerin sınıf düzeylerine göre dağılımına ilişkin bulgular tablo 4.14’de yer almaktadır.

Tablo 4.14. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı değerlendirmelere ilişkin bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Olumlu	19	19	20	15	73	58,4

Tablo 4.14. (Devamı) Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı değerlendirmelere ilişkin bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

Olumsuz	15	7	17	13	52	41,6
Toplam	34	26	37	28	125	100

Tablo 4.14 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirmelerine ilişkin bütün sınıf düzeylerindeki öğrencilerin sosyal medya kullanımını daha çok olumlu olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Bununla birlikte üst sınıflarda alt sınıflara göre sosyal medya kullanımını olumsuz olarak değerlendiren öğrenci sayısının arttığını görülmektedir. Bu durum öğrencilerin bilinç düzeyinin artmasıyla ilişkilendirilebilir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı değerlendirmelerin cinsiyet değişkenine göre dağılımına ilişkin bulgular tablo 4.15’de yer almaktadır.

Tablo 4.15. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı değerlendirmelere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Olumlu	38	35	73	58,4
Olumsuz	27	25	52	41,6
Toplam	65	60	125	100

Tablo 4.15 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik yaptıkları değerlendirmelerde cinsiyet açısından herhangi bir farklılık olmadığı görülmektedir.

4.8. Sekizinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada hangi içerikleri (paylaşımları) ürettiklerine ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı tablo 4.16’da yer almaktadır.

Tablo 4.16. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada hangi içerikleri (paylaşımları) ürettiklerine ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Üretmiyorum	4	7	13	13	37	41,1
Fotoğraf Paylaşımı	10	10	5	1	26	28,9
Video Paylaşımı	10	9	4	2	25	27,8
Müzik Paylaşımı	0	2	0	0	2	2,2
Toplam	24	28	22	16	90	100

Tablo 4.16 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyada herhangi bir içerik üretmedikleri görülmektedir. Bununla birlikte alt sınıf grubu öğrencilerin üst yaş grubu öğrencilere göre sosyal medyada daha fazla içerik ürettikleri görülmektedir. Sosyal medyada içerik üreten öğrencilerin ise fotoğraf paylaşımı ve video paylaşımına dair içerikler ürettikleri, müzik paylaşımı içeriklerini çok az ürettikleri, metin üretimine ise hiç değinmedikleri görülmektedir.

Bu durum öğrencilerin sosyal medya uygulamalarını sadece tüketim ve vakit geçirme aracı olarak kullandıklarını düşündürebilir. Ortaokul öğrencilerinin önemli bir kısmının ise sosyal medyada en çok fotoğraf ve video içeriklerini paylaştıkları görülmektedir. Sosyal medya uygulamalarında pek çok eğlenceli, komik videolar ve fotoğraflar bulunmaktadır. Bu paylaşımları gören öğrenciler benzer video ve fotoğraf içerikleri oluşturarak paylaşımlar yaptıkları söylenebilir. Medya okuryazarlığı konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülen öğrencilerin sosyal medyayı daha çok eğlenmek ve vakit geçirmek amacı ile kullandıkları söylenebilir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada hangi içerikleri (paylaşımları) ürettiklerine ilişkin bulgular ve bu bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.17’de yer almaktadır.

Tablo 4.17. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada hangi içerikleri (paylaşımları) ürettiklerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Üretmiyorum	17	20	37	41,1
Fotoğraf Paylaşımı	12	14	26	28,9
Video Paylaşımı	11	14	25	27,8
Müzik Paylaşımı	2	0	2	2,2
Toplam	42	48	90	100

Tablo 4.17 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyada içerik üretme durumlarının cinsiyet açısından herhangi bir farklılık göstermediği görülmektedir. Kız ve erkek öğrencilerin sosyal medyayı tüketim ve zaman geçirme amaçlı kullandıkları söylenebilir. Kız öğrencilerin önemli bir kısmı sosyal medyada en çok fotoğraf ve video paylaşımı yaptıklarını söylemektedirler. Erkek öğrenciler de kız öğrencilerle paralel şekilde sosyal medyada en çok fotoğraf ve video paylaşımı yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu bulgulara göre öğrencilerin

sosyal medyada ürettiği içerikler açısından cinsiyet değişkenine göre bir farklılığın olmadığı söylenebilir.

Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şunlardır:

“Sosyal medyada sadece video izliyorum, herhangi bir şey üretmiyorum.” (Ö-18)

“Sadece instagramda fotoğraf paylaşıyorum.” (Ö-22)

“Youtubeda oynadığım oyunların videolarını paylaşıyorum.” (Ö-15)

“Dinlediğim şarkıları paylaşıyorum, müzik paylaşmayı seviyorum.” (Ö-44)

4.9. Dokuzuncu Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada içerikleri (paylaşımları) üretme amaçlarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı tablo 5.18’de yer almaktadır.

Tablo 4.18. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada içerikleri (paylaşımları) üretme amaçlarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Eğlenmek	14	17	6	5	42	42
Üretmiyorum	4	7	13	13	37	37
Ünlü Olmak	6	5	8	2	21	21
Toplam	24	29	27	20	100	100

Tablo 4.18 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada ürettikleri içerikleri daha çok eğlenmek amacı ile ürettikleri görülmektedir. Öğrencilerin az da olsa bir kısmının sosyal medyada içerikleri ünlü olmak amacı ile ürettikleri belirlenmiştir. Sınıf düzeyleri açısından değerlendirildiğinde alt sınıflardaki öğrencilerinin üst sınıflardaki öğrencilerine göre sosyal medyada daha çok içerik ürettikleri ve bu içerikleri eğlenmek amacı ile ürettikleri görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada içerikleri (paylaşımları) üretme amaçlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.19’de yer almaktadır.

Tablo 4.19. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada içerikleri (paylaşımları) üretme amaçlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Eğlenmek	19	23	42	42
Üretmiyorum	17	20	37	37
Ünlü Olmak	14	7	21	21
Toplam	50	50	100	100

Tablo 4.19 incelendiğinde ortaokul kız ve erkek öğrencilerinin sosyal medyada içerik üretmede başlıca amaçlarının eğlenmek olduğu görülmektedir. Ancak kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medyada ünlü olmak amacı ile daha fazla içerik ürettikleri görülmektedir.

Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şunlardır:

“Kısa komik videolar izleyip eğlenmek amacı ile Youtube’a giriyorum.” (Ö-37)

“Sosyal medyada sadece video izliyorum, herhangi bir şey üretmiyorum.” (Ö-18)

“Ünlüler gibi çok takipçim olsun diye paylaşımlar yapıyorum.” (Ö-56)

4.10. Onuncu Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl doğruladıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı tablo 4.20’de yer almaktadır.

Tablo 4.20. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl doğruladıklarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Araştırıyorum	14	16	17	16	63	78,8
Aileme soruyorum	5	0	4	2	11	13,7
Sorgulamıyorum	2	2	0	2	6	7,5
Toplam	21	18	21	20	80	100

Tablo 4.20 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri daha çok araştırarak doğruladıkları görülmektedir. Bunun dışında öğrencilerin bir kısmının da ailesine sorarak doğruladıkları görülmektedir. Öğrencilerin çok az bir kısmının ise sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri sorgulamadan kabul ettikleri görülmektedir. Sınıf düzeylerine göre değerlendirildiğinde sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri doğrulama biçimlerine göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl doğruladıklarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.21’de yer almaktadır.

Tablo 4.21. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri nasıl doğruladıklarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Araştırıyorum	31	32	63	78,8
Aileme soruyorum	5	6	11	13,7
Sorgulamıyorum	3	3	6	7,5
Toplam	39	41	80	100

Tablo 4.21 incelendiğinde ortaokul kız öğrencilerinin de erkek öğrencilerinin de sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri daha çok araştırarak doğruladıkları görülmektedir. Cinsiyet değişkeni açısından kız ve erkek öğrencilerin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri doğrulamaları açısından birbirine benzer davranışlar sergiledikleri söylenebilir.

Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şunlardır:

“Okuduğum haberler doğru mu diye başka sayfalardan da bakıyorum.” (Ö-61)

“İnanmadığım şeyleri aileme soruyorum.” (Ö-78)

“Bence internette paylaşılan her şey doğru.” (Ö-32)

4.11. On Birinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı tablo 4.22’de yer almaktadır.

Tablo 4.22. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Dolandırıcılar	2	12	6	7	27	35,1
Özel Bilgi İsteyenler	4	3	8	10	25	32,5
Uygunsuz İçerikler	7	4	7	4	22	28,5
Ünlüler	0	1	1	1	3	3,9
Toplam	13	20	22	22	77	100

Tablo 4.22 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları dolandırıcıları, özel bilgi isteyen kişileri ve çeşitli uygunsuz içerikleri ve ünlüleri tehlikeli olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Sınıf düzeyine göre değerlendirildiğinde öğrencilerin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sosyal medyaya erişimin kolaylığı, sosyal medya kullanıcılarının “sahte hesaplar” açabilmesi ve sosyal medya uygulamalarının sözleşmeleri gereği çeşitli kullanıcı bilgilerini gizli tutmaları gibi nedenlerle sosyal medya uygulamaları aracılığı ile çok çeşitli dolandırıcılık yöntemleri kullanılmaktadır. Öğrencilerin kimi zaman çevrelerinde, kimi zaman haberlerde, kimi zaman kullanmış oldukları sosyal medya uygulamalarında gördükleri, kimi zaman da direkt kendilerinin yaşadıkları dolandırıcılık olayları nedeni ile sosyal medyada karşılaştıkları dolandırıcıları tehlikeli olarak gördükleri söylenebilir.

Sosyal medya uygulamalarında kimliğini gizleyerek ya da sahte kimlik kullanarak dünyanın her yerinden insanlar ile iletişim kurulabilmektedir. Erişimin kolaylaşması olumlu bir durumken bunu maalesef kötü amaçlarla kullanan insanlar azımsanamayacak kadar çoktur. Genellikle sahte isimlerle sahte hesaplar kullanan kişiler çocuklar ile iletişime geçerek çocuklardan çeşitli özel fotoğraflar, videolar, bilgiler istemektedirler. Gelişim sürecinde olan çocuklar kimi zaman güven duyarak kimi zaman da korku duygusu ile bu istekleri yerine getirebilmektedirler. Öğrencilerin bu sebepler ile sosyal medya uygulamalarında kişisel bilgilerini, özel video ve görüntülerini isteyenlerin varlığı nedeni ile sosyal medyada özel bilgilerini isteyen kişileri tehlikeli gördüklerini ifade etmektedirler.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.23'te yer almaktadır.

Tablo 4.23. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Dolandırıcılar	15	12	27	35,1
Özel Bilgi İsteyenler	9	16	25	32,5
Uygunsuz İçerikler	14	8	22	28,5
Ünlüler	1	2	3	3,9
Toplam	39	38	77	100

Tablo 4.23 incelendiğinde sosyal medyada karşılaşılan ve tehlikeli görülen durum ve kişilere ilişkin ortaokul kız öğrencileri uygunsuz içerikleri erkek öğrencilere göre daha tehlikeli görürken erkek öğrenciler ise özel bilgi isteyen kişileri kız öğrencilere göre daha tehlikeli gördükleri ifade edilebilir.

Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şunlardır:

“Benden para isteyen kişileri tehlikeli görüyorum.” (Ö-6)

“Bir keresinde birisi bana mesaj atmıştı. Yaşımı ve nerde yaşadığımı falan sorunca korkmuştum. Bence bu çok tehlikeli.” (Ö-28)

“Açık videolar hoşuma gitmiyor.” (Ö – 17)

“Bazı ünlüler insanları kandırıp paralarını alıyorlar. Ünlülere güvenmiyorum.” (Ö-45)

4.12. On İkinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı tablo 4.24'te yer almaktadır.

Tablo 4.24. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Araştırıyorum	11	7	8	9	35	43,8
Reddediyorum	5	10	12	7	34	42,5
Onaylıyorum	2	4	1	4	11	13,7
Toplam	18	21	21	20	80	100

Tablo 4.24 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçenlerle ilgili olarak araştırma yaptıkları ya da direkt bu kişilerle iletişime geçmeyi reddettikleri görülmektedir. Öğrencilerin bir kısmının ise kendileri ile iletişime geçmek isteyenleri direkt onayladıkları görülmektedir. Sınıf düzeyi açısından değerlendirildiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.25'te yer almaktadır.

Tablo 4.25. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Araştırıyorum	20	15	35	43,8
Reddediyorum	17	17	34	42,5
Onaylıyorum	5	6	11	13,7
Toplam	42	38	80	100

Tablo 4.25 incelendiğinde ortaokul kız ve erkek öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyen kişilere yönelik olarak daha çok araştırma yaptıkları ya da reddettikleri görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere ilişkin yaklaşımlar açısından cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şunlardır:

“Bana istek atanların kim olduğunu araştırıyorum.” (Ö-71)

“Tanımadığım kişilerin isteklerini direkt reddediyorum.” (Ö- 64)

“Çok takipçim olsun diye herkesin isteğini kabul ediyorum.” (Ö-22)

4.13. On Üçüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada dikkatlerini çeken içeriklere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı tablo 4.26’da yer almaktadır.

Tablo 4.26. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada dikkatlerini çeken içeriklere ilişkin bulgular ve bu bulguların sınıf düzeylerine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Oyunlar	14	17	15	19	65	66,3
Bilgilendirici İçerikler	11	9	9	4	33	33,7
Toplam	25	26	24	23	98	100

Tablo 4.26 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin bütün sınıf seviyelerinde sosyal medya kullanımında daha çok oyun (eğlence) içeriklerinin dikkatlerini çektiği görülmektedir. Öğrencilerin anlamlı bir kısmı da sosyal medya kullanımında bilgilendirici içeriklerin dikkatlerini çektiklerini ifade etmişlerdir. Sınıf düzeyine göre değerlendirildiğinde 5. sınıf öğrencilerinin 8. sınıf öğrencilerine göre daha fazla bilgilendirici içerikleri dikkat çekici buldukları görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada dikkatlerini çeken içeriklere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.27’de yer almaktadır.

Tablo 4.27. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada dikkatlerini çeken içeriklere ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Oyunlar	30	35	65	66,3
Bilgilendirici içerikler	23	10	33	33,7
Toplam	53	45	98	100

Tablo 4.27 incelendiğinde oyunların daha çok erkek öğrencilerin, bilgilendirici içeriklerin ise daha çok kız öğrencilerin dikkatini çektiği görülmektedir. Bu durum, sosyal medya uygulamalarında erkek çocuklara daha çok hitap eden futbol, strateji ve savaş oyunlarının çokluğu ile ilişkilendirilebilir.

Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şunlardır:

“Youtube’da en çok oyun videoları dikkatimi çekiyor.” (Ö-33)

“Uzayla ilgili bilgilerin paylaşıldığı sayfaları takip ediyorum. Çok güzel bilgiler veriyor.” (Ö-41)

4.14. On Dördüncü Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulgular tablo 4.28’de yer almaktadır.

Tablo 4.28. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulgular

	İfadeler	f	%	T. %
Olumsuz	Zaman kaybı	35	59,3	
	Bağımlılığa neden olma	24	40,7	65,5
Olumlu	Konu tekrarı yapabilme	22	70,9	
	Araştırma yapabilme	7	22,5	34,5
	Ücretsiz test ve deneme	2	6,4	
	sınavlarına erişebilme			
Toplam		90	100	100

Tablo 4.28 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin zaman kaybı ve bağımlılığa neden olma gibi sebeplerle sosyal medya kullanımının ders başarısını daha çok olumsuz olarak etkilediğini düşündükleri görülmektedir. Ortaokul öğrencilerinin bir kısmı da konu tekrarı ve araştırma yapabilme, ücretsiz test ve deneme sınavına erişebilme sosyal medyanın ders başarısını olumlu olarak etkilediğini düşündükleri görülmektedir. Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şu şekildedir:

“Ders çalışmak için video izlerken birden kendimi Instagram’a bakarken buluyorum. Bu da çok fazla zaman kaybına neden oluyor.” (Ö-19)

“Bir sürü ödevim varken arkadaşlarım ile çevrimiçi olarak yarım saat oyun oynayalım diye başlayıp saatlerce oyun oynuyorum. Oyundan vazgeçemiyorum.” (Ö-66)

“Fen dersinde anlatılan konuları hep Tonguç Akademi’den tekrar dinliyorum.” (Ö-72)

“Hayvanlarla ilgili merak ettiğim her şeyi araştırabiliyorum.” (Ö-21)

“Sosyal medyada paylaşılan testleri çözebiliyorum.” (Ö-24)

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı tablo 4.29’da yer almaktadır.

Tablo 4.29. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Olumsuz	14	11	18	16	59	68,6
Olumlu	6	10	5	6	27	31,4
Toplam	20	21	23	22	86	100

Tablo 4.29 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.30’da yer almaktadır.

Tablo 4.30. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Olumsuz	29	30	59	68,6
Olumlu	14	13	27	31,4
Toplam	43	43	86	100

Tablo 4.30 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının ders başarılarını olumlu veya olumsuz etkilemesine yönelik görüşlerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir.

4.15. On Beşinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve bu fenomenlerin kendilerini nasıl etkilediklerine yönelik görüşlerine ilişkin bulgular tablo 4.31’de yer almaktadır.

Tablo 4.31. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve bu fenomenlerin kendilerini nasıl etkilediklerine yönelik görüşlerine ilişkin bulgular

	İfadeler	f	%	T. %
Olumsuz	Kötü örnek oluşturma	38	41,7	62,6
	Gerçek hayattan uzaklaştırma	19	20,9	
Olumlu	Alışverişte avantaj sağlama	24	26,4	37,4
	Modayı takip edebilme	10	11	
	Toplam	91	100	100

Tablo 4.31 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin neredeyse üçte ikisinin kötü örnek oluşturması ve gerçek hayattan uzaklaştırması yönüyle sosyal medya fenomenlerinin kendilerini olumsuz etkilediklerini düşündükleri görülmektedir. Öğrencilerin yaklaşık üçte biri ise alışverişte avantaj sağlaması ve modayı takip edebilme imkânı sağlaması yönüyle sosyal medya fenomenlerinin kendilerini olumlu etkilediklerini düşündükleri görülmektedir. Bu duruma ilişkin bazı öğrencilerin ifadeleri şu şekildedir:

“Yaşantı tarzları bize uygun olmadığı için kötü örnek oluyorlar.” (Ö-27)

“Lüks yaşantılarını gördükçe insanlar mutsuz oluyor. Herkes öyle bir hayata sahip olamaz.” (Ö-34)

“Bazı ünlüler indirim kuponları paylaşıyor, o kuponlarla uygun alışveriş yapıyoruz.” (Ö-19)

“Moda olan kıyafetleri takip edebiliyorum, güzel giyiniyorum.” (Ö-76)

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve bu fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı tablo 4.32’de yer almaktadır.

Tablo 4.32. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve bu fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Olumsuz	15	11	18	13	57	62,7
Olumlu	7	12	5	10	34	37,3
Toplam	22	23	23	23	91	100

Tablo 4.32 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşünceleri ve bu fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin görüşlerinin sınıf düzeyine göre dağılımında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve sosyal medya fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 4.33’te yer almaktadır.

Tablo 4.33. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve sosyal medya fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Olumsuz	31	26	57	62,7

Tablo 4.33. (Devamı) Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşüncelerine ve sosyal medya fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

Olumlu	17	17	34	37,3
Toplam	48	43	91	100

Tablo 4.33 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medya fenomenleri hakkındaki düşünceleri ve bu fenomenlerinin kendilerini nasıl etkilediklerine ilişkin görüşlerinin cinsiyet değişkenine göre dağılımında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

4.16. On Altıncı Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular

Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulgular Tablo 5.34’te yer almaktadır.

Tablo 4.34. Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulgular

	İfadeler	f	%	T. %
Uygun	Dolandırıcılığın önlenmesi	23	28,7	58,7
	Uygunsuz içeriklerin paylaşımının önlenmesi	15	18,8	
	Dini, kültürel değerleri zedeleyici paylaşımların önlenmesi	9	11,2	
Uygun değil	Özgürlüğü kısıtlaması	26	32,5	41,3
	Gelişmelerin gerisinde kalınması	7	8,8	
Toplam		80	100	100

Tablo 4.34 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin %58,7’sinin dolandırıcılığın, uygunsuz içeriklerin ve dini kültürel değerleri zedeleyici paylaşımların önlenmesi açısından bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasının uygun olacağını; %41,3’ü ise özgürlüğü kısıtlaması, bazı gelişmelerin gerisinde kalınması açısından bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasını uygun olmadığını düşündükleri görülmektedir. Bu duruma ilişkin bazı öğrenci ifadeleri şu şekildedir:

“Instagram’dan arkadaşlarımın hesaplarını çalan kişiler mesaj atarak para istiyor.” (Ö-24)

“Tiktok’ta çok terbiyesiz videolar var.” (Ö-44)

“Bazı videolarda Türk bayrağına saygısızlık yapılıyor.” (Ö-66)

“Bence kapatılmamalı, ben istediğim uygulamaları kullanmak isterim. Buna ben karar veririm.” (Ö-71)

“Teknoloji çağındayız, denetimler yapılsın, Dünya’da haberdar olmak isterim.” (Ö-11)

Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı tablo 4.35’te yer almaktadır.

Tablo 4.35. Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulguların sınıf düzeyine göre dağılımı

	5. Sınıf	6. Sınıf	7. Sınıf	8. Sınıf	f	%
Evet	12	8	16	11	47	58,8
Hayır	8	12	4	9	33	41,2
Toplam	20	20	20	20	80	100

Tablo 4.35 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanması yönelik görüşlerinin sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı tablo 5.36’da yer almaktadır.

Tablo 4.36. Ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasına yönelik düşüncelerine ilişkin bulguların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

	K	E	f	%
Evet	25	22	47	58,8
Hayır	15	18	33	41,2
Toplam	40	40	80	100

Tablo 4.36 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanması yönelik görüşlerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir.

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde, araştırmada elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlara ilişkin tartışmalar yer almaktadır.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin daha çok Youtube, Instagram, Snapchat ve Tiktok uygulamalarını, az da olsa Facebook ve X'i (Twitter) tercih ettiği tespit edilmiştir. Tercih edilen uygulamaların özellikleri dikkate alındığında video, fotoğraf vb. görsel ve işitsel içeriklerin paylaşıldığı uygulamaların daha çok kullanıldığı, metin yazma ya da okuma içeriklerinin bulunduğu uygulamaların daha az tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamaları sınıf düzeylerine göre incelendiğinde tercih edilen uygulamalara ilişkin önemli bir farklılık bulunamamıştır. Cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde ise; estetik kaygı, beğenilme ve takdir edilme özellikleriyle ön plana çıkan “Tiktok” ve “Snapchat” uygulamalarının daha çok kız öğrenciler tarafından tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) tarafından ortaokul 7. ve 8. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilen çalışmada da en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarının sırası ile Youtube, Tiktok, Instagram ve Snapchat olduğu tespit edilmiştir. X (Twitter) uygulamasının ise hiçbir öğrenci tarafından kullanılmadığı belirlenmiştir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin neredeyse hepsinin günde en azından 1 saat çeşitli sosyal medya uygulamalarında zaman geçirdikleri belirlenmiştir. Alt sınıflardaki (5 ve 6. sınıf) öğrencilerin sosyal medyada zaman geçirme sürelerinin 1-2 saat aralığında olduğu üst sınıflardaki öğrencilerin (7 ve 8. sınıf) ise 2-3 saat aralığında olduğu; alt sınıflardaki öğrencilerin üst sınıflardaki öğrencilere göre sosyal medyada geçirdikleri sürenin daha az olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri zaman cinsiyet değişkeni açısından değerlendirildiğinde kız öğrencilerin ve erkek öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri sürelerin birbirine yakın olduğu belirlenmiştir. Tanrıverdi ve Sağır (2014) çalışmalarında lise öğrencilerinin %56'sının günde 3-6 saat sosyal medyada vakit geçirdiklerini belirlemişlerdir. Ayrıca öğrencilerin %69'unun her gün sosyal medya uygulamalarına girdikleri ortaya koyulmuştur. Durak ve Seferoğlu (2016) tarafından gerçekleştirilen “Türkiye’de sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal ağ kullanım örüntülerinin incelenmesi” adlı çalışmada da katılımcıların sosyal medyada 1-2 saat aralığında vakit geçirdikleri belirlenmiştir. Aynı çalışmada genç katılımcıların sosyal medyada vakit geçirme sürelerinin ortalama 3 saat olduğu belirlenmiştir. Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) tarafından ortaokul 7. ve 8. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilen çalışmada ise öğrencilerin çoğu sosyal medyada 1-2 saat aralığında vakit geçirirken dörtte birinin ise 4 saat ve üzeri vakit geçirdikleri

belirlenmiştir. Bu sonuçlar bağlamında alanyazında araştırma sonucu ile benzer sonuçlar olduğu gibi farklı sonuçlar da bulunduğu söylenebilir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin çoğunluğunun ilk sosyal medya hesaplarını 10 ve 11 yaşlarında açtıkları tespit edilmiştir. Sınıf düzeylerine göre öğrencilerin ilk sosyal medya hesaplarını açma yaşlarına bakıldığında alt sınıflardaki öğrencilerin ilk sosyal medya hesaplarını daha küçük yaşlarda açtıkları görülmektedir. Teknolojiye ve internete erişimin son dönemlerde büyük bir hızla kolaylaştığı bilinmektedir. Alt sınıflardaki öğrencilerin daha küçük yaşlarda sosyal medya hesabı açmış olmaları internete ve sosyal medyaya erişimin zaman içerisinde kolaylaşması ile ilişkilendirilebilir. Cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde ise kız ve erkek öğrencilerin birbirine yakın zamanlarda sosyal medya hesabı açtıkları tespit edilmiştir.

Araştırmada öğrencilerin çoğunluğunun aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesabı olmadığı belirlenmiştir. Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanımına bakıldığında herhangi bir farklılık bulunamamıştır. Ortaokul öğrencilerinin aynı sosyal medya uygulamasında birden fazla hesap kullanmalarına cinsiyet değişkeni bağlamında bakıldığında, oran olarak erkeklerin neredeyse kızların iki katına çıktığı belirlenmiştir. Kumcağız, Özdemir ve Demir (2019) de araştırmalarında ergenlerin çoğunluğunun birden fazla sosyal medya hesabı olduğunu ve bu öğrencilerin sosyal medyada çok fazla zaman geçirdiklerini tespit etmişlerdir.

Araştırmada öğrencileri sosyal medya kullanmaya en çok teşvik eden durumların sırası ile sosyal medya uygulamalarının kendisi, arkadaşları ve ailesinin olduğu belirlenmiştir. Bu unsurların başında gelen sosyal medya uygulamalarının dikkat çekici öğeler içermesi, çocuklara hitap eden e-oyunlar, eğlenceli görseller ve videolar barındırması öğrencilerin dikkatini çekmektedir. Bununla birlikte öğretmenlerin çocukları sosyal medya kullanımına neredeyse hiç teşvik etmedikleri görülmektedir. Öğrencileri sosyal medya kullanmaya teşvik eden durum ve kişilere ilişkin bulgular sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde kız ve erkek öğrencilerin ifade ettiği kişilerin/durumların birbirine benzer oldukları belirlenmiştir. Ayaydın ve Ayaydın (2018) tarafından yapılan “Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi” adlı araştırmada öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımların, paylaşımlara ilişkin güzel yorumların ve beğenilerin kendilerini mutlu ettiğini ifade ettikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda sosyal medyanın kendi özelliklerinin çekici olduğu, öğrenciler için bir teşvik unsuru olduğu değerlendirilebilir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını en çok eğlenmek, bilgi sahibi olmak, boş vakitlerini doldurmak, sohbet etmek, araştırmalar yapmak ve gündemden haberdar olmak amacı ile kullandıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin dışlanmamak/bilgisiz görünmemek için sosyal medyayı kullanmasını ifade etmesi de dikkat çeken önemli bir sonuçtur. Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları arasında boş vakitlerini doldurmak, sohbet etmek ve gündemden haberdar olmak şeklinde ifadelerin yer alması sosyal medyanın artık öğrencilerin günlük hayatının bir parçası haline geldiğin göstermektedir. Araştırmada ayrıca cinsiyet değişkenine göre ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları birbirine benzer olmakla birlikte kız öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında alışveriş yapmanın önemli bir yer edindiği fakat erkek öğrencilerde bunun önemli bir amaç olarak görülmediği sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazına bakıldığında Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) çalışmalarında ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarının sırasıyla; eğlenmek, araştırma yapmak, bilgi sahibi olmak, sohbet etmek, yeni insanlarla tanışmak ve arkadaşlarını takip etmek olduğunu ortaya koymuşlardır. Aydın (2016), “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği” adlı makalesinde katılımcıların sırasıyla; arkadaşları ile iletişim kurmak, yeni bilgiler edinmek ve araştırma yapmak amacı ile sosyal medyayı kullandıklarını ortaya koymuştur. Balcı ve Ayhan (2013) benzer şekilde çalışmalarında katılımcıların internet kullanımında etkili olan altı faktör ortaya koymuşlardır. Bu faktörleri sırası ile sosyal kaçış, bilgilenme, boş zamanları değerlendirme, ekonomik fayda, sosyal etkileşim ve chat ve eğlence olarak ifade etmişlerdir. Yücelyigit ve Aral (2020), robotik, kodlama, 3D tasarım gibi alanlara ilgisi duymayan çocukların kitle iletişim araçlarını sosyal medyaya erişim ve sosyal medya uygulamaları üzerinden iletişim amaçlı kullanırken, teknolojik cihazları üretim amaçlı kullanan çocukların oyun, eğlence ve gelişim amaçlı kullandıklarını belirlemiştir. Alanyazındaki bu çalışmalar dikkate alındığında elde edilen sonuçların araştırma sonucu ile benzer olduğu görülmektedir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin önemli bir kısmının sosyal medya kullanımının faydalı olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Sosyal medya kullanımını faydalı olarak gören öğrenciler bilgi edinmek, ders tekrarı yapmak, eğlenceli zaman geçirmek, arkadaşlarla iletişim kurmak, alışveriş yapmak ve güncel olayları takip etmek gibi konularda sosyal medya kullanımının kendilerine fayda sağladığını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin bir kısmı ise sosyal medya kullanımının zararlı olduğunu düşündüklerini belirterek zaman kaybı, uygunsuz içerikler, olumsuz örnek olan ünlüler ve dini, kültürel inançları zedeleyici öğelere vurgu

yapmıştır. Bununla birlikte öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik yaptıkları değerlendirmelerde cinsiyet açısından herhangi bir farklılık olmadığı, üst sınıflarda alt sınıflara göre sosyal medya kullanımını olumsuz olarak değerlendiren öğrenci sayısının arttığı belirlenmiştir. Bu durum öğrencilerin bilinç düzeyinin artmasıyla ilişkilendirilebilir. Ayaydın ve Ayaydın (2018), araştırmalarında ortaokul öğrencilerinin görüşlerine göre sosyal medyanın değer oluşturma sürecinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunu belirlemişlerdir. Yılmaz ve Ersoyol (2013), “Medyanın Değişen Çocukluğa Etkisi Konusunda Veli, Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Görüşleri”ne ilişkin çalışmasında katılımcıların medyanın çocukları olumsuz olarak etkilediğini düşündüklerini belirlemiştir. Alanyazında elde edilen sonuçların bu araştırmanın sonuçlarını desteklediği söylenebilir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyada herhangi bir içerik üretmedikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte alt sınıflardaki öğrencilerin üst sınıflardaki öğrencilere göre sosyal medyada daha fazla içerik ürettikleri tespit edilmiştir. Sosyal medyada içerik üreten öğrencilerin ise fotoğraf paylaşımı ve video paylaşımına dair içerikler ürettikleri, müzik paylaşımı içeriklerini çok az ürettikleri, metin üretiminden ise hiç bahsetmedikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin sosyal medyada içerik üretme durumlarının cinsiyet değişkeni açısından herhangi bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu durum değerlendirildiğinde öğrencilerin sosyal medya uygulamalarını üretim aracı olmaktan çok tüketim ve vakit geçirme aracı olarak kullandıklarını söylenebilir. Eserdi, Erol ve Çıkan (2025), çalışmasında benzer şekilde öğrencilerin sosyal medyada herhangi bir içerik üretmediğini, üreten öğrencilerin ise eğlence ve boş zamanını doldurmak amacı ile fotoğraf, video, günlük yaşama ilişkin içerikler ürettiklerini belirlemişlerdir. Araştırmada ortaokul öğrencilerinin yaklaşık üçte birinin herhangi bir içerik üretmedikleri, üretenlerin ise içerikleri daha çok eğlenmek ve ünlü olmak amacı ile ürettikleri belirlenmiştir. Sınıf düzeyleri açısından değerlendirildiğinde alt sınıflardaki öğrencilerin üst sınıflardaki öğrencilere göre sosyal medyada daha çok içerik ürettikleri; cinsiyet değişkenine göre ise kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medyada ünlü olmak amacı ile daha fazla içerik ürettikleri tespit edilmiştir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri daha çok araştırarak doğruladıkları belirlenmiştir. Bunun dışında öğrencilerin bir kısmının da ailesine sorarak doğruladıkları tespit edilmiştir. Öğrencilerin çok az bir kısmının ise sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri sorgulamadan kabul ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca bulgular sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit

edilmiştir. Araştırma sonucunun aksine Eserdi, Erol ve Çıkan (2025) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ortaokul 7. ve 8. sınıfa devam eden öğrencilerin önemli bir kısmının sosyal medya uygulamalarında karşılarına çıkan içerikleri, bilgileri doğrulamak için araştırma yapmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Doğrulama yapan küçük bir kesim ise doğrulama için internetten araştırma yaptıklarını, ailelerine sorduklarını ya da paylaşan kişiden teyit aldıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada karşılaştıkları dolandırıcıları, özel bilgi isteyen kişileri ve çeşitli uygunsuz içerikleri tehlikeli olarak değerlendirdikleri belirlenmiştir. Sınıf düzeyine göre değerlendirildiğinde öğrencilerin sosyal medyada tehlikeli gördükleri durumlara veya kişilere ilişkin anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde ise kız öğrencilerin uygunsuz içerikleri erkek öğrencilere göre daha tehlikeli gördükleri, erkek öğrencilerin ise özel bilgi isteyen kişileri kız öğrencilere göre daha tehlikeli gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Kılınç (2024) da “Bir Ebeveyn Davranışı Olarak “Sharenting”: TikTok Paylaşımlarında Çocukların Dijital Güvenliği, İçerik Roller ve İçerik Türlerinin İncelenmesi” adlı araştırmasında sosyal medyada güvenlik önlemlerinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aksoy (2019), “Ortaokul Öğrencilerinin Riskli İnternet Davranışları ve Güvenli İnternet Kullanımı Hakkında Öğrenci ve Ebeveyn Görüşleri” adlı çalışması ile çocukların internet kullanımları, internet kullanımındaki riskli davranışları ve ebeveynlerin bu risklere yönelik aldıkları önlemleri incelemiştir. İnceleme sonucunda öğrencilerin dörtte birinin sosyal medyada şiddet, siber zorbalık, siber tuzaklar, cinsel içerikli paylaşımlar ve uygunsuz içerikli reklamlar gibi risklere maruz kaldıkları belirlenmiştir. Çocukların bu olumsuzluklarla karşılaşmaması için ebeveynlerin çocuklarının kişisel bilgilerini paylaşımlarına izin vermedikleri ve çocukların kullandığı uygulamaları ve siteleri kontrol ettikleri görülmüştür. Bu yönüyle ilgili alanyazında ulaşılan sonuçlar, bu araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçenlerle ilgili olarak çoğunlukla araştırma yaptıkları ya da direkt bu kişilerle iletişime geçmeyi reddettikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin bir kısmının ise kendileri ile iletişime geçmek isteyenleri direkt onayladıkları tespit edilmiştir. Sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkeni açısından değerlendirildiğinde ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada kendileri ile iletişime geçmek isteyenlere yönelik yaklaşımlarına ilişkin anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmada ortaokul öğrencileri sosyal medyada daha çok oyunlar ve bilgilendirici içeriklerin dikkatlerini çektiklerini ifade etmişlerdir. Sınıf düzeyine göre değerlendirildiğinde

5. sınıfta daha çok bilgilendirici içerikler, 8. sınıfta ise oyunlar dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra oyunların daha çok erkek öğrencilerin, bilgilendirici içeriklerin ise daha çok kız öğrencilerin dikkatini çektiği belirlenmiştir. Bu durum, sosyal medya uygulamalarında erkek çocuklara daha çok hitap eden futbol, strateji ve savaş oyunlarının çokluğu ile ilişkilendirilebilir. Açar ve Demir (2025) ise “Sosyal Ağların Gölgesinde: Lise Öğrencileri Üzerindeki Sosyal Medya Etkilerinin Çok Yönlü Analizi” adlı makalelerinde lise öğrencilerinin sosyal medyada eğitim, kişisel bakım, moda ve sosyal ilişki gibi içeriklerin dikkatini çektiğini ortaya koymuşlardır. Bu yönüyle ortaokul öğrencilerinin kendine özgü birtakım eğilimlerinin olduğu söylenebilir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin zaman kaybı ve bağımlılığa neden olma gibi sebeplerle sosyal medya kullanımının ders başarısını daha çok olumsuz olarak etkilediğini düşündükleri belirlenmiştir. Ortaokul öğrencilerinin bir kısmı da konu tekrarı ve araştırma yapabilme, ücretsiz test ve deneme sınavına erişebilme gibi sebeplerle sosyal medyanın ders başarısını olumlu olarak etkilediğini düşündükleri sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bu bulguların sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Tanrıverdi ve Sağır (2014), “Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi” adlı çalışmalarında sosyal medyayı daha az kullanan öğrencilerin daha çok kullanan öğrencilere göre akademik başarılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu yönüyle ilgili alanyazında benzer sonuçlara ulaşan araştırmaların bulunduğu söylenebilir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin neredeyse üçte ikisinin kötü örnek oluşturması ve gerçek hayattan uzaklaştırması yönüyle sosyal medya fenomenlerinin kendilerini olumsuz etkilediklerini düşündükleri belirlenmiştir. Öğrencilerin yaklaşık üçte biri ise alışverişte avantaj sağlaması ve modayı takip edebilme imkânı sunması yönüyle sosyal medya fenomenlerinin kendilerini olumlu etkilediklerini düşündükleri görülmektedir. Bu bulgular sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde ise anlamlı bir farklılık görülmemiştir. İlgili alanyazında bu sonuçtan farklı olarak Aksoy (2024), “Ergenlerin Sosyal Medya Fenomenlerini Takip Etme Davranışlarının Sosyolojik Analizi” adlı çalışmada lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerini “kazanç elde etme ve maddi anlamda güçlenme” olarak algıladıkları, fenomenleri motivasyon kaynağı olarak gördükleri sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin yarısından fazlasının dolandırıcılığın, uygunsuz içeriklerin ve dini kültürel değerleri zedeleyici paylaşımların önlenmesi açısından bazı sosyal medya uygulamalarının Türkiye’de yasaklanmasının uygun olacağını; bir kısmını ise

özgürlüğü kısıtlaması, bazı gelişmelerin gerisinde kalınması açısından bazı sosyal medya platformlarının Türkiye’de yasaklanmasını uygun olmadığını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde ise anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Kulular İbrahim (2022), “Sosyal Medya’ya Yönelik Yeni Düzenlemelerin Hukuken Değerlendirilmesi” konulu çalışmasında bilişim hukuku alanına dair özel mahkemelerin olmaması gibi nedenlerle sosyal medya uygulamalarının kişilere zarar verdiğini ortaya koymuştur. Toplumsal iyiliğin korunması, kişilerin -özellikle de çocukların- sosyal medya aracılığı ile zarar görmemesi için sosyal medya şirketlerine yönelik düzenlemeler getirilmesi ve bu düzenlemelere uyulmaması durumunda yaptırımların uygulanması gerektiği ifade edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda şu öneriler sunulabilir:

- Sosyal medya kullanımının ortaokullarda yaygınlaşması sebebiyle “Medya Okuryazarlığı” dersi ortaokullarda zorunlu hale getirilebilir.
- Ortaokul öğrencilerinin en çok kullanıldığı, görsel ve işitsel içeriklerin yoğun olduğu sosyal medya uygulamaları aracılığı ile eğitsel içerikli, gelişimi destekleyici oyunlar geliştirilebilir.
- Sosyal medya uygulamalarının ortaokul öğrencileri tarafından kullanım süresinin düşürülmesi açısından aileler tarafından kontrollü bir kullanım süreci planlanması sağlanabilir.
- Öğrencilerin birçoğunun sosyal medyada bazı öğeleri tehlikeli görmesi sebebiyle söz konusu uygulamalara üyelik yapıldığında kullanılan filtreleme sistemlerinde bu yaş grubuna yönelik ebeveyn denetim ve kontrol seçeneği zorunlu hale getirilebilir.
- Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarında karşılaştıkları içerikleri, bilgileri doğrulamayı, eleştirel bir bakış açısı ile değerlendirmeyi ve akıl süzgecinden geçirmeyi öğrenebilmesi için eleştirel okuryazarlık bağlamında uygulamalı sunumlar gerçekleştirilebilir.
- Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı daha çok eğlenmek amacı ile kullandıkları ve oyun (eğlence) içeriklerinin dikkatlerini çektiği görüldüğünden çocukların sosyal hayatlarında eğlenebilecekleri sanatsal, kültürel, sportif faaliyetler çeşitlendirilebilir ve bu faaliyetlere erişim halk eğitim merkezleri, okullar, belediyeler, STK’lar vb. çeşitli kurum ve kuruluşların aracılığı ile kolaylaştırılabilir.

- Dolandırıcılığın, uygunsuz içeriklerin ve dini/kültürel değerleri zedeleyici paylaşımların önlenmesi açısından Türkiye’de bazı sosyal medya uygulamalarına yönelik denetim ve yaptırımların gerçekleştirilmesi önerilebilir.



KAYNAKÇA

- Açar, D. ve Demir, A. (2025). “Sosyal Ağların Gölgesinde: Lise Öğrencileri Üzerindeki Sosyal Medya Etkilerinin Çok Yönlü Analizi”. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 29(1), 38–56. <https://doi.org/10.20296/tsadergisi.1499660>
- Ağaoğlu Taşçı, S. ve Durmaz, A. (2021). “Ortaokuldaki Bilgilerin Sosyal Medya Kullanımı Ve Dijital Okuryazarlıklarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi”. Kapadokya Eğitim Dergisi, 2(2), 26–31.
- Aksoy, A. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Riskli İnternet Davranışları ve Güvenli İnternet Kullanımı Hakkında Öğrenci ve Ebeveyn Görüşleri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Aksoy, M. (2024). “Ergenlerin Sosyal Medya Fenomenlerini Takip Etme Davranışlarının Sosyolojik Analizi”. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, 27(2), 62–93. <https://doi.org/10.18490/sosars.1575256>
- Aktaş Avcı, P. (2024). “Yeni Bir Erginlik Türü: “Dijital Erginlik””. Adalet Dergisi, 73, 855–885. <https://doi.org/10.57083/adaletdergisi.1573677>
- Alpan, G. (2008). “Görsel Okuryazarlık ve Öğretim Teknolojisi”. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 5(2), 74–102.
- Arıkan, Y. D. ve Karasu, M. (2016). “Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Durumları Ve Medya Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Ege Eğitim Dergisi, 17(2), 549–566.
- Arke, E. T. (2005). Media Literacy and Critical Thinking: Is There A Connection? Doktora Tezi. Duquesne University.
- Arslan, M. S., Genç, E., Kaya, N. ve Azer, H. (2008). Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı. Ankara: MEB Yayınları.
- Asselin, M. ve Moayeri, M. (2010). “Examining Internet Literacy Practices in Adolescents: Exploring Research Methods.”. Theory and Practice in Education, 6(2), 191-210.
- Ata, R. ve Yıldırım, K. (2016). “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Dersi Kapsamında İnternet ve Sosyal Medya Kullanımları”. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 17(2), 581–602.
- Avşar, Z. (2013). “Medya Okuryazarlığı”. İletişim ve Diplomasi, 2, 5–17.
- Ayaydın, Y. ve Yıldız Ayaydın, H. (2018). “Sosyal Medyanın Değer Oluşturma Sürecindeki Rolünün Öğrenci Görüşleriyle İncelenmesi”. Değerler Eğitimi Dergisi, 16(35), 57–89.

Aydın, İ. E. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35, 373–386.

Aytaş, G. ve Kaplan, K. (2017). “Medya Okuryazarlığı Bağlamında Yeni Okuryazarlıklar”. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(2), 291–310.

Baker, C., Wuest, J. ve Stern, P. N. (1992). “Method Slurring: The Grounded Theory/Phenomenology Example”. Journal of Advanced Nursing, 17(11), 1355–1360. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.1992.tb01859.x>

Balcı, Ş. ve Ayhan, B. (2013). “Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması”. Selçuk İletişim, 5(1), 174–197. <https://doi.org/10.18094/si.03621>

Bat, Z. B. A., Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi’ne Yönelik Bir Araştırma”. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 5(20), 3348–3382.

Bilici, İ. E. (2014). Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Binark, M. ve Bek, M. G. (2007). Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Binark, M. ve Gencel Bek, M. (2010). Eleştirel Medya Okuryazarlığı. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Bircan, A. (2022). Öğretmenlerin İnternete Yönelik Eleştirel Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesinde Bilgi ve Teknoloji Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.

Bostancı, N., Arık, B., Çağan, K., Damlapınar, Z., Özsoy, A. ve Aydın, H., et al. (2007). İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı. Ankara: T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.

Bostancı, M. (2019). Sosyal Medya – Dün, Bugün, Yarın. Konya: Palet Yayınları.

Büyüksener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri, 12–13.

Creswell, J. W. (2021). Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni (Çev.: M. Bütün & S. B. Demir) Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi”. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(4), 173–188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>

Dönmez, G. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin Fen Bilimleri Dersine, Bilime, Fen Bilimleri Öğretmenine ve Bilim İnsanına Yönelik Metaforik Algıları ve İmajları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.

Durak, H. ve Seferoğlu, S. S. (2016). “Türkiye’de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin İncelenmesi”. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(46).

EbizMBA. (2021, Nisan 2). Social Networking Websites. <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-Websites>

Erol, S. (2021). “Sosyal Medya Okuryazarlığı”. In İ. Erdem & S. Erol (Ed.), Türkçe Eğitiminde Yeni Yönelimler (s. 119–134) Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.

Eserdi, B., Erol, S. ve Çıkan, İ. (2025). “Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Durumlarının İncelenmesi”. International Journal of Language Academy, 13(2), 105–117.

Eshetu, J. M. (2019). Sosyal Medya Okuryazarlığının Kültürel Farklılık Bağlamında İncelenmesi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Feuerstein, M. (1999). “Media Literacy in Support of Critical Thinking”. Journal of Educational Media, 24(1), 43–54.

Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş,(Çev. S. İrvan). Ankara: Bilim Sanat Yayınları, 46-49.

Gedik, N. (2016). “Olgubilim (Fenomenoloji)”. In M. Y. Özden & L. Durdu (Ed.), Nitel Araştırma Yöntemleri (ss. 35–48) Ankara: Anı Yayıncılık.

Gill, M. J. (2014). “The Possibilities of Phenomenology for Organizational Research”. Organizational Research Methods, 17(2), 118–137. <https://doi.org/10.1177/1094428113518348>

Griffiths, M. D. (2012). “Facebook Addiction: Concerns, Criticisms and Recommendations”. Psychological Reports, 110, 518–520.

Görmez, E. (2014). “Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Düzeyleri”. Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 2014(3), 137–157.

Güney, B. (2018). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımlarının Medya Okuryazarlık Düzeyinde Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi.

Halpern, D. F. (1989). “Thought and Knowledge: An Introduction to Critical Thinking”. Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.

Hazar, M. (2011). “Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması”. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 32, 151–176.

Hepkon, Z. ve Aydın, O. Ş. (2011). “Medya Okuryazarlığına Politik Bir Bakış: Medya Okuryazarlığı Hareketi”. In N. Türkoğlu & M. C. Şimşek (Ed.), Medya Okuryazarlığı (ss. 73–86) İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

İnceoğlu, Y. G. ve Akıner, N. (2011). Medya ve Çocuk Rehberi. Eğitim Yayınevi.

İpşiroğlu, Z. (1997). Eğitimde Yeni Arayışlar: Sorunlar, Seçenekler, Öneriler. İstanbul: Adam Yayınları.

İşler, A. Ş. (2002). “Günümüzde Görsel Okuryazarlık ve Görsel Okuryazarlık Eğitimi”. Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15(3), 153–161.

Jasper, M. A. (1994). “Issues in Phenomenology for Researchers of Nursing”. Journal of Advanced Nursing, 19(2), 309–314. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.1994.tb01085.x>

Karaman, M. K. (2016). “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Eleştirel Düşünme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4(1), 0–0.

Karaman, M. K. ve Karataş, A. (2009). “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri”. İlköğretim Online, 8(3), 798–808.

Kellner, D. (2004). “Yeni Teknolojiler/Yeni Okuryazarlıklar: Yeni Binyılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması”. In T. Kurtarıcı & M. Özbek (Ed.), Kamusal Alan (s. 715) İstanbul: Hil Yayınları.

Kılınç, F. (2024). “Bir Ebeveyn Davranışı Olarak "Sharenting": Tiktok Paylaşımlarında Çocukların Dijital Güvenliği, İçerik Roller ve İçerik Türlerinin İncelenmesi”. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(2), 135–159. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1598641>

Koç Alamaslı, İ. (2021). “Kültür Endüstrisi Bağlamında Instagram”. İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi, 1(1), 39–49.

Koltay, T. (2011). “The Media and The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy”. Media, Culture & Society, 33(2), 211–221.

Kulular İbrahim, M. A. (2022). “Sosyal Medya’ya Yönelik Yeni Düzenlemelerin Hukuken Değerlendirilmesi”. Bilişim Hukuku Dergisi, 4(1), 1-32. <https://doi.org/10.55009/bilisimhukukudergisi.1114305>.

Kumcağız, H., Özdemir, T. Y. ve Demir, Y. (2019). “Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımının Akademik Başarı ve Arkadaşlık İlişkilerine Etkisi”. International Journal of Social Science Research, 8(2), 1-17.

Kurt, A. ve Kürüm, D. (2010). “Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış”. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 20–34. <https://doi.org/10.20875/sb.92802>

Kurt, A. A. ve Orhan Göksün, D. (2020). “Teknoloji ve Yeni Okuryazarlıklar”. In A. A. Kurt (Ed.), Öğretim Teknolojilerinin Temelleri İçinde (ss. 75–93) Ankara: Nobel Akademi.

Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). 21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı ve Türkçe Eğitimi. TÜBAR-XXVIII, 283–298.

Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). “Online Social Networking and Addiction – A Review of The Psychological Literature”. International Journal of Environmental Research and Public Health, 8, 3528–3552.

Livingstone, S., Bober, M. ve Helsper, E. (2005). Internet Literacy Among Children and Young People: Findings From The UK Children Go Online Project. LSE Research Online. <http://eprints.lse.ac.uk/397/1/UKCGOonlineLiteracy.pdf>

Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). Nitel Veri Analizi (S. Akbaba Altun & A. Ersoy, Çev.). Pegem Akademi.

Miller, S. (2003). “Analysis of Phenomenological Data Generated with Children As Research Participants”. Nurse Research, 10(4), 68–82. <https://doi.org/10.7748/nr2003.07.10.4.68.c5908>

Önal, İ. (2010). “Tarihsel Değişim Sürecinde Yaşam Boyu Öğrenme ve Okuryazarlık: Türkiye Deneyimi”. Bilgi Dünyası, 11(1), 101-121. <https://doi.org/10.15612/BD.2010.258>

Özad, B. E. (2011). “Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi”. In N. Türkoğlu ve M. C. Şimşek (Ed.), Medya Okuryazarlığı (ss. 87–95) İstanbul: Parşomen Yayıncılık.

Özgen, E. (2019). “Yeni Medyada Halkla İlişkiler Etiği Mümkün Müdür?” Etkileşim (3), 54-62. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2019.3.44>

Özkaya, P. (2023). “Dijital Dünyada Çevrimiçi Riskler, Bilişim Suçları ve Mağdur Çocuk”. Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, 53, 13–42. <https://doi.org/10.54049/taad.1231771>

Özmen, H. ve Karamustafaoğlu, O. (2019). Eğitimde Araştırma Yöntemleri (ss. 42–139). Ankara: Pegem Akademi.

Öztay, O. H. ve Öztay, E. S. (2021). “Küresel İletişim Çağında Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık ve Eleştirel Düşünme Düzeylerinin İncelenmesi”. Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 11(3), 600-612. <https://doi.org/10.5961/higheredusci.1007603>

Öztürk, M. ve Akgün, Ö. E. (2012). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması İle İlgili Görüşleri”. Sakarya Üniversitesi Eğitim Dergisi, 2(3), 49-67.

Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). “Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi”. Journal of World of Turks, 7(1), 101–120.

Özutku, F., Küçükylmaz, M., Çopur, H., İlter, K., Sığın, İ. ve Arı, Y. (2014). Sosyal Medyanın ABC’si. İstanbul: Alfa.

Paul, R. ve Elder, L. (2006). Minik Eleştirel Düşünme Kılavuzu: Kavramlar ve Araçlar (Çev.: M. Bektaş) <http://www.criticalthinking.org/>

Pekman, C. (2011). “Avrupa Birliğinde Medya Okuryazarlığı”. In N. Türkoğlu & M. C. Şimşek (Ed.), Medya Okuryazarlığı (ss. 37–45) İstanbul: Parşomen Yayıncılık.

Polat, C. (2006). “Bilgi Çağında Üniversite Eğitimi İçin Bir Açılım: Bilgi Okuryazarlığı”. A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, 249–266.

RTÜK. (2007). İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı. Ankara: RTÜK.

RTÜK. (2009). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2. Ankara: RTÜK.

Sabancı, Y. S. (2018). Sosyal Medya Okuryazarlığı: Facebook ve Instagram Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sarsar, F. (2020). “Sosyal Ağlar ve Öğrenme Ortamları”. In A. A. Kurt (Ed.), Öğretim Teknolojilerinin Temelleri (ss. 147–165) Ankara: Nobel Yayıncılık.

Sezgin, S., Erol, O., Dulkadir, N. ve Karakaş, A. (2011). “Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri (BÖTE) Öğrencilerinin Facebook Kullanım Amaçları ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı İle İlgili Görüşleri: MAKÜ Örneği”. International Educational Technology Conference (IETC), İstanbul Üniversitesi, 25–27 Mayıs, İstanbul.

Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). “Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi”. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18, 775–822. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.849>

Taşkıran, N. Ö. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Basım.

Tekindal, S. (2021). Nicel, Nitel, Karma Yöntem Araştırma Desenleri Ve İstatistik. Ankara: Nobel Yayınevi.

Torres, R. M. ve Cano, J. (1995). “Öğrenme Stili: Eleştirel Düşünmenin Bir Faktörü Mü?” Tarım Eğitimi Dergisi, 36(4), 55-62.

Torres, M. ve Mercado, M. (2006). “Öğretmen Eğitimi Temel Müfredatında Eleştirel Medya Okuryazarlığına Duyulan İhtiyaç”. Eğitim Çalışmaları, 39(3), 260 – 282.

Tufan Yeniçıkçı N. ve Yüksek, Ö. (2017). “Snapchat Kullanım Motivasyonları: Snapchat Kullanıcıları Üzerine Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması”. B. Ayhan, M. Ay, S. Avşaroğlu ve Ş. Akpınar (Ed.), Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları içinde (ss. 253–261).

Türk, G. D. (2021). Sosyal Medya Okuryazarlığı. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017).” Sosyal Medya Kültürü”. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 52, 88–102.

Uysal, M. ve Yıldız, A. (2007). “McLuhan’ın “Küresel Köyü”nde Eğitim-Yeni Teknolojiler, Küreselleşme ve Eğitim Üzerine Düşünceler”. Küreselleşme ve Eğitim, 165-180.

Uzun, H. (2016). “Sosyal Medyanın Bilgi Kalitesine Etkisi: Sahte Hesaplar”. Akademia Sosyal Bilimler Dergisi, 2, 1–31.

Üztemur, S. ve Dinç, E. (2020). “Medya Okuryazarlığı Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Algıları: Bir Metafor Çalışması”. The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences, 6(1), 92–103.

Yeşilyaprak, B. (2020). Eğitim Psikolojisi: Gelişim, Öğrenme, Öğretim. Ankara: Pegem Akademi.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, K. ve Ersoyol, H. (2013). “Medyanın Değişen Çocukluğa Etkisi Konusunda Veli, Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Görüşleri”. The Journal of Academic Social Science Studies, 6(4), 759–777.

Yuldaşev, D. (2013). “Teknoloji Okuryazarlığının Elektronik Ürün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi”. Akademik Bakış Dergisi, 1–14.

Yücelyiğit, S. ve Aral, N. (2020). “Dijital Teknolojiyi Üretim ve Tüketim Amacıyla Kullanan Çocukların ve Ebeveynlerinin Tercihlerinin İncelenmesi”. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(2), 1071–1084. <https://doi.org/10.17679/inuefd.739564>