



**T.C.  
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ  
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI  
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM DALI  
DOKTORA TEZİ**

**PAYDAŞLARIN GÖZÜNDEN SOSYAL MEDYANIN  
YARAR VE RİSKLERİNE YÖNELİK BİR İNCELEME**

**Türkan ÇELİK**

**Denizli-2017**

**T.C.**  
**PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**  
**İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI**  
**SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM DALI**  
**DOKTORA TEZİ**

**PAYDAŞLARIN GÖZÜNDEN SOSYAL MEDYANIN YARAR VE**  
**RİSKLERİNE YÖNELİK BİR İNCELEME**

**Türkan ÇELİK**

**Danışman**  
**Prof. Dr. Mithat AYDIN**

## DOKTORA TEZİ ONAY FORMU

Bu çalışma, İlköğretim Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı'nda jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Süleyman İNAN

Üye : Prof. Dr. Mithat AYDIN

Üye : Doç. Dr. Mustafa ŞAHİN

Üye : Doç. Dr. Türkay Nuri TOK

Üye : Yrd. Doç. Dr. Adnan ALTUN

İmza



Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 23/01/2017 tarih ve 3/12 sayılı kararı ile onaylanmıştır.



Prof. Dr. Şükran TOK  
Enstitü Müdürü

## ETİK BEYANNAMESİ

Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak

hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı beyan ederim.

Türkan ÇELİK



## TEŞEKKÜR

Her pes ettiğim anda bana yeniden mücadele etme ruhu veren; sabrı, tecrübesi, anlayışı ve alçak gönüllülüğüyle gerçek bir aydın duruşu sergileyen; bilgi ve deneyimleriyle akademik süreçte beni aydınlatan ve aynı zamanda eğitim hayatım boyunca üzerimde çok büyük emeği olan kıymetli danışmanım, sayın Prof. Dr. Mithat AYDIN'a minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Gerek alan bilgisi gerek insani duruşuyla örnek aldığım, tez sürecimin her aşamasında bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşıp, hep yanımda olan değerli hocalarım Yrd. Doç. Dr. Adnan ALTUN ve Doç. Dr. Abdurrahman ŞAHİN'e; en zor anlarda kurtarıcım olup, aynı zamanda ilkeli ve sabırlı duruşuyla bana model olan kıymetli bilim insanı Araş. Gör. Dr. Gülten YILDIRIM'a en candan saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunarım. Her zaman ve her konuda beni destekleyip, cesaret vermesiyle "iyi ki tanıdım" dediğim çok değerli arkadaşım Yrd. Doç. Dr. Emine GÖZEL'e ve Tuba ERTUĞRUL'a teşekkürü bir borç bilirim.

Tez savunmamda bulunan hocalarım; Prof. Dr. Süleyman İnan, Doç. Dr. Tahir Kodal, Doç. Dr. Türkay Nuri Tok, Doç. Dr. Mustafa Şahin ve Yrd. Doç. Dr. Feyyaz Karaca'ya tezimi okuyup, önemli geribildirimler verdikleri için ayrıca teşekkür ederim.

Bu eseri saygıdeğer babam Ahmet Çelik'e armağan etmekten büyük mutluluk duyarım.

Türkan ÇELİK

Denizli, 2017

## ÖZET

### Paydaşların Gözünden Sosyal Medyanın Yarar ve Risklerine Yönelik Bir İnceleme

Türkan Çelik

Medya yerlisi olarak yetişen yeni nesil, son medya teknolojilerinin hızlı tüketicileri konumunda bulunmaktadır. Özellikle çocuk ve gençlerin yeni teknolojilere ve kitle iletişim araçlarına olan ilgileri, hem olumlu hem de olumsuz anlamda etkilerin tartışılmasına sebep olmaktadır. Bu bağlamda medya ve onun ileri teknolojilerle bütünleşmiş farklı boyutu olan sosyal medya tüketimi konusunda çocukların çok hızlı tüketiciler olması, beraberinde sosyal medya tüketiminin çocuklar için oluşturabileceği yarar ve risklerin sorgulanması gerekliliğini hissettirmektedir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın problemine ve alt problemlerine cevaplar; “*paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri nelerdir?*” başlığı altında araştırılmıştır. Mevcut durumun betimlenmeye çalışıldığı bu araştırmada *nitel araştırma yöntemi yardımıyla genel amaçlı durum çalışması* kullanılmıştır. Bu şekilde paydaşların gözünden sosyal medyaya yönelik ihtiyaç analizi yapılmıştır. Araştırma grubunu 2014-2015 eğitim- öğretim yılında Denizli’de eğitim gören ortaokul öğrencileri, veliler ve öğretmenler oluşmaktadır. Veri toplama sürecinde *Amaçlı örnekleme yöntemi* kullanılmış olup, 230 katılımcıya ulaşılmıştır. Bu katılımcılar farklı üç durum halinde ele alınmış olup bu durumlar; öğrenci (130), veli (50) ve öğretmenler (50) şeklindedir. Araştırma sonucunda sosyal medyanın öğrenciler için; *iletişim, bilgi edinmek, sosyalleşmek, hayatı tanımak, hayatı kolaylaştırmak, eğitime katkı, duyarlılık ve varoluş ortamı bulmak* tüm katılımcı ifadelerinden ortak çıkan alt temalardır. Eğlence alt teması ise sadece öğrenciler tarafından kendileri için faydalı olduğu dile getirilen bir sonuçtur. Öte yandan sosyal medyanın öğrenciler için; *psikolojik, kontrolsüz sosyalleşmek, şiddete maruz kalmak, suça yönelmek, değer yozlaşması, hayatı zorlaştırmak, sağlık-fiziksel ve suça maruz kalmak* alt temaları açısından riskli olduğu tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiş olup, *güven* alt teması sadece öğretmenler, *asosyalleşmek* alt teması ise öğretmen ve öğrenciler tarafından ifade edilen bir sonuç olmuştur. Dolayısıyla sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve riskleri konusunda hemen hemen tüm katılımcılar hemfikir olup, araştırma bulgularında da görüldüğü gibi sosyal medya paydaşlarının bu konuda kendilerini geliştirip, öğrencilere doğru rehberlik etmeleri gerektiği sonucu çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, yarar ve riskler, sosyal medya paydaşları

## ABSTRACT

### **An Analysis on Risks and Benefits of Social Media from the Perspective of the Stakeholders**

Türkan Çelik

The new generation growing as an indigenous to media is fast consumers of latest media technologies. Especially the interest of the children and the young towards new technologies and mass communication devices has become controversial in term of their positive and negative effects. In this respect, the young are fast consumers of the media and its different dimension integrated with advanced technologies- the social media make us think about the benefits and risks they may bring. In line with this purpose, the answers concerning the problem and sub-problem of the research are studied under the headline of “*What are the benefits and risks of social media from the perspective of the stakeholders?*” A general purpose case study through qualitative research method used in this study. Based on the views of the stakeholders, needs analysis regarding social media is performed. The population of the research consists of secondary school students, parents and teachers during 2014-2015 academic year in Denizli province. During data collection process, purposeful sampling method was used and 230 participants were contacted. These participants were dealt with in three different categories as students (130), parents (50) and teachers (50). What is found at the end of the study is described by the students as “communication, obtaining information, being socialized, learning about life, facilitating life, contribution to education, awareness and finding a place of existence, which is sub-theme from the views of all participants. Entertainment function is described as useful by the students. On the other hand, participants expressed that social media is risky in terms of psychology, uncontrolled socialization, being exposed to violence, tendency to crime, corruption of values, making life difficult, health-physical and being victims of crime while confidence issue is only emphasized by the teachers and becoming antisocial is expressed by both students and the teachers. Therefore, almost all of the participants agree on benefits and risks of social media and as can be seen from the findings of the research that social media stakeholders should develop themselves in order to provide guidance to the students.

**Keywords:** Social media, benefits and risks, social media stakeholder

## İÇİNDEKİLER

<b>TEZ ONAY FORMU</b> .....	<b>iii</b>
<b>ETİK BEYANNAMESİ</b> .....	<b>iv</b>
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	<b>v</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>viii</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>1</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Amaç .....	4
1.3. Önem.....	4
1.4. Sınırlılıklar .....	5
1.5. Varsayımlar.....	5
1.6. Tanımlar.....	5
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>7</b>
<b>KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR</b> .....	<b>7</b>
2.1. Kuramsal Çerçeve.....	7
2.1.1. İnternetin Tarihçesi .....	7
2.1.1.1. Web 1.0. ....	9
2.1.1.2. Web 2.0. ....	9
2.1.1.3. Web 3.0.....	10
2.1.2. İnternetin İşlevleri .....	12
2.1.3. İnternet ve Çocuk .....	13
2.1.4. İnternetin Çocuklar Üzerinde Oluşturacağı Olası Etkiler .....	15
2.1.4.1. Fizyolojik etkiler.....	16
2.1.4.2. Psikolojik etkiler ve internet bağımlılığı. ....	17
2.1.5. Kitle iletişimine Yönelik Kuram, Yaklaşım ve Modeller .....	18
2.1.5.1. Marshall McLuhann’ın global köy yaklaşımı.....	19
2.1.5.2. Propoganda/Uyarıcı-Tepki/Sihirli Mermi/Hipotetik İğne modeli (Harold Lasswel).....	19
2.1.5.3. Gramsci ve “Hegemonya”(Antonio Gramsci).....	20
2.1.5.4. Ekme kuramı (George Gerbner). ....	21
2.1.5.5. Medya ve simülasyon (J. Baudrillard).....	21



2.1.5.6. Suskunluk sarmalı (Elisabeth Noel-Neumann).....	22
2.1.5.7. Riley ve Riley modeli (John W. Riley ve Mathilda White Riley).....	22
2.1.5.8. Gündem belirleme modeli (Mxwell McCombs ve Donald L. Shaw).....	23
2.1.5.9. Eşik beççiliği modeli (D. M. White) .....	23
2.1.5.10. Bilgi eksikliği hipotezi.....	24
2.1.5.11. Yayılım, kabul, benimseme ve kullanım kuramları.....	24
2.1.5.12. Yeniliklerin yayılması modeli (Rogers ve Shoemaker).....	24
2.1.5.13. Teknoloji kabul modeli (Davis).....	25
2.1.5.14. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı (Jay Blumler ve Elihu Katz). .....	25
2.1.5.15. Bağımlılık kuramı (M. L. de Fleur ve S. J.).....	28
2.1.6. Sosyal (Yeni) Medya Kavramı ve Tarihçesi .....	28
2.1.7. Sosyal Medya Türleri .....	33
2.1.7.1. Blog (İnternet Günlüğü).....	35
2.1.7.1.1. Blogger.....	36
2.1.7.1.2. Wordpress. ....	37
2.1.7.2. Microblog.....	37
2.1.7.2.1. Twitter.....	37
2.1.7.2.2. Tumblr.....	40
2.1.7.3. Wikiler.....	41
2.1.7.3.1. Wikipedia.....	41
2.1.7.4. Sosyal imleme.....	42
2.1.7.4.1. Digg.....	43
2.1.7.4.2. Reddit.....	43
2.1.7.4.3. Delicious.....	44
2.1.7.5. İçerik paylaşım siteleri.....	44
2.1.7.5.1. YouTube.....	45
2.1.7.5.2. Flickr.....	47
2.1.7.5.3. Instagram.....	48
2.1.7.5.4. Podcasting.....	49
2.1.7.5.5. Pinterest.....	50
2.1.7.6. Sanal dünyalar.....	51
2.1.7.6.1. Secondlife.....	51
2.1.7.7. Profesyonel ağ siteleri.....	52
2.1.7.7.1. LinkedIn.....	52
2.1.7.7.2. Xing.....	54

2.1.7.8. Sosyal ağlar.....	54
2.1.7.8.1. Facebook.....	55
2.1.7.8.2. MySpace.....	57
2.1.7.8.3. Bebo.....	57
2.1.7.8.4. Netlog.....	57
2.1.7.8.5. FriendFeed.....	58
2.1.7.8.6. Badoo.....	59
2.1.7.8.7. Google Plus (+).....	59
2.1.7.8.8. Foursquare/Swarm.....	60
2.1.7.9. Anlık mesajlaşma ve sesli konuşma siteleri.....	63
2.1.7.9.1. Whatsapp.....	63
2.1.7.9.2. Skype.....	64
2.1.7.9.3. Snapchat.....	65
2.1.8. Sosyal (Yeni) Medya ve Geleneksel Medya Karşılaştırılması.....	66
2.1.9. Sosyal (Yeni) Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Bilgiler Öğretimi.....	68
2.1.10. Çocukluk Kavramı ve Sosyal Medya Kullanımı.....	71
2.1.11. Sosyal Medyanın Faydaları.....	74
2.1.11.1. Çevrimiçi (online) alışveriş.....	74
2.1.11.2. İnternet bankacılığı.....	75
2.1.11.3. e-Devlet.....	77
2.1.11.4. Sosyal medyanın eğitsel amaçlı kullanımı.....	77
2.1.12. Sosyal Medyanın Riskleri ve Temel Sorun Alanları.....	78
2.1.12.1. Sosyal ağlarda mahremiyet ve kişisel gizlilik.....	79
2.1.12.2. Medya tüketim alışkanlığı ve sosyal medya bağımlılığı.....	82
2.1.12.3. Troller.....	87
2.1.12.4. Sosyal medyada narsizm ve kibir.....	89
2.1.12.5. Siber zorbalık.....	90
2.1.13. Sosyal Medya Saldırılarına İlişkin Hak ve Sorumluluklarımız.....	91
2.2. İlgili Araştırmalar.....	93
2.2.1. Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar.....	94
2.2.2. Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar.....	99
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....</b>	<b>101</b>
<b>YÖNTEM.....</b>	<b>101</b>
3.1. Araştırmanın Modeli.....	101
3.2. Araştırma Grubu.....	104

3.3. Veri Toplama Aracının Hazırlanması ve Pilot Uygulama.....	106
3.4. Araştırmacının Rolü ve Verilerin Elde Edilmesi.....	108
3.5. Verilerin Çözümlemesi.....	109
3.6. Araştırmanın Geçerliği ve Güvenirliği.....	113
3.6.1. İnandırıcılık/ İç geçerlik.....	113
3.6.2. Aktarılabirlik/ Dış geçerlik.....	115
3.6.3. Tutarlık/ İç Güvenirlik.....	115
3.6.4. Teyit Edilebilirlik/ Dış güvenirlik.....	116
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....</b>	<b>117</b>
<b>BULGULAR VE YORUM.....</b>	<b>117</b>
4.1. Öğrencilerin Gözünden Sosyal Medyanın Öğrenciler İçin Yarar ve Riskleri.....	117
4.1.1. Yararları.....	117
4.1.1.1. Eğlence.....	119
4.1.1.2. Bilgi edinmek.....	120
4.1.1.3. Sosyalleşmek.....	121
4.1.1.4. Eğitime katkı.....	122
4.1.1.5. Hayatı kolaylaştırmak.....	123
4.1.1.6. Hayatı tanımak.....	124
4.1.1.7. Duyarlılık.....	124
4.1.1.8. Varoluş ortamı.....	125
4.1.2. Riskleri.....	125
4.1.2.1. Hayatı zorlaştırmak.....	126
4.1.2.2. Psikolojik.....	128
4.1.2.3. Kontrolsüz sosyalleşmek.....	130
4.1.2.4. Asosyalleşmek.....	130
4.1.2.5. Suça yönelmek.....	131
4.1.2.6. Suça maruz kalmak.....	131
4.1.2.7. Şiddete maruz kalmak.....	132
4.1.2.8. Değer yozlaştırmak.....	133
4.1.2.9. Sağlık-fiziksel.....	134
4.1.3. Öneriler.....	134
4.1.3.1. Öneriler - kendisine.....	136
4.1.3.1.1. Sınırlandırmak.....	136
4.1.3.1.2. Temkinli olmak.....	137
4.1.3.1.3. Rehber olmak.....	139

4.1.3.1.4. Sosyalleşmek.....	139
4.1.3.2. Öneriler- velisine.....	139
4.1.3.2.1. Serbestlik.....	139
4.1.3.2.2. Rehberlik.....	140
4.1.3.2.3. Anlayış.....	141
4.1.3.2.4. Sınırlandırmak.....	141
4.1.3.3. Öneriler - öğretmene.....	142
4.1.3.3.1. Rehberlik.....	142
4.1.3.3.2. Eğitime entegre.....	143
4.1.3.3.3. Anlayış.....	143
4.1.3.4. Öneriler - medyaya.....	144
4.1.3.4.1. Bilinçlendirme.....	144
4.1.3.4.2. Sınırlandırmak.....	145
4.2. Velilerin Gözünden Sosyal Medyanın Öğrenciler İçin Yarar ve Riskleri.....	146
4.2.1. Yararları.....	146
4.2.1.1. İletişim.....	147
4.2.1.2. Eğlence- sosyalleşme.....	148
4.2.1.3. Eğitime katkı.....	149
4.2.1.4. Bilgi edinmek.....	150
4.2.1.5. Hayatı tanıma.....	150
4.2.1.6. Duyarlılık.....	150
4.2.1.7. Varoluş ortamı.....	151
4.2.1.8. Hayatı kolaylaştırma.....	152
4.2.2. Riskleri.....	152
4.2.2.1. Psikolojik.....	153
4.2.2.2. Hayatı zorlaştırmak.....	155
4.2.2.3. Kontrolsüz sosyalleşmek.....	155
4.2.2.4. Suça maruz kalma-yönelmek.....	156
4.2.2.5. Şiddete maruz kalmak.....	157
4.2.2.6. Sağlık-fiziksel.....	157
4.2.2.7. Değer yozlaştırmak.....	158
4.2.3. Öneriler.....	159
4.2.3.1. Öneriler-kendisine.....	160
4.2.3.1.1. Temkinli olmak.....	160
4.2.3.1.2. Rehber olmak.....	161

4.2.3.1.3. Sınırlandırmak.....	161
4.2.3.2. Öneriler-öğrencilere.....	162
4.2.3.2.1. Sosyalleşmek.....	162
4.2.3.2.2. Bilinçli hareket.....	163
4.2.3.2.3. Sınırlandırmak.....	164
4.2.3.2.4. Temkinli olmak.....	164
4.2.3.3. Öneriler-öğretmenlere.....	165
4.2.3.3.1. Eğitime entegre.....	165
4.2.3.3.2. Rehberlik.....	166
4.2.3.3.3. Anlayış.....	167
4.2.3.4. Öneriler - medyaya.....	167
4.2.3.4.1. Bilinçlendirmek.....	167
4.2.3.4.2. Sınırlandırmak.....	167
4.2.3.4.3. Rehberlik.....	168
4.3. Öğretmenlerin Gözünden Sosyal Medyanın Öğrenciler İçin Yarar ve Riskleri.....	169
4.3.1. Yararları.....	169
4.3.1.1. İletişim.....	170
4.3.1.2. Sosyalleşmek.....	170
4.3.1.3. Eğitime katkı.....	171
4.3.1.4. Hayatı tanımak.....	172
4.3.1.5. Bilgi edinmek.....	172
4.3.1.6. Duyarlılık.....	173
4.3.1.7. Varoluş ortamı.....	173
4.3.1.8. Hayatı kolaylaştırmak.....	174
4.3.2. Riskleri.....	175
4.3.2.1. Psikolojik.....	177
4.3.2.2. Kontrolsüz sosyalleşmek.....	178
4.3.2.3. Şiddete maruz kalmak.....	178
4.3.2.4. Suça yönelmek.....	179
4.3.2.5. Değer yozlaşması.....	180
4.3.2.6. Hayatı zorlaştırmak.....	181
4.3.2.7. Asosyalleşmek.....	182
4.3.2.8. Suça maruz kalmak.....	182
4.3.2.9. Sağlık-fiziksel.....	183
4.3.2.10. Güven.....	183

4.3.3. Öneriler.....	183
4.3.3.1. Öneriler-kendisine. ....	185
4.3.3.1.1. Eğitime entegre. ....	185
4.3.3.1.2. Rehberlik.....	186
4.3.3.1.3. Anlayış.....	187
4.3.3.1.4 Farkındalık eğitimi.....	187
4.3.3.2. Öneriler- öğrencilere.....	188
4.3.3.2.1. Sosyalleşmek.....	188
4.3.3.2.2. Bilinçli hareket.....	188
4.3.3.2.3. Temkinli olmak.....	189
4.3.3.2.4. Sınırlandırmak.....	190
4.3.3.3. Öneriler-velilere.....	191
4.3.3.3.1. Rehberlik.....	191
4.3.3.3.2. Temkinli olmak.....	192
4.3.3.3.3. Anlayış.....	193
4.3.3.4. Öneriler- medyaya.....	193
4.3.3.4.1. Güvenilirlik.....	193
4.3.3.4.2. Bilinçlendirmek.....	194
4.3.3.4.3. Sınırlandırmak.....	195
<b>BEŞİNCİ BÖLÜM.....</b>	<b>198</b>
<b>TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>198</b>
5.1. Tartışma ve Sonuç.....	198
5.2. Öneriler.....	212
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>219</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>227</b>
EK-1.....	228
EK-2.....	229
EK-3.....	230
EK-4: ÇOCUKLAR İÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIM PROTOKOLÜ.....	231
EK- 5: VERİ TOPLAMA İZİN BELGESİ.....	232
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>233</b>

# BİRİNCİ BÖLÜM

## GİRİŞ

Bu bölümde problem durumu, problem cümlesi, araştırmanın amacı ve önemi, varsayımlar, sınırlılıklar ve ilgili bazı terimler açıklanmıştır.

### 1.1. Problem Durumu

Yaşadığımız çağda internet ve bilgi işlem teknolojileri büyük bir hızla değişmekte ve gelişmektedir. Bu hızlı değişim beraberinde insanların davranış ve tutumlarını da etkilemektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ışığında birçok farklı alanda dönüşümler meydana gelmenin yanında, sosyal yaşamı ve ortamı, sosyal iletişimi, sosyal ilişkileri çevreleyen bir sosyal dönüşüm de yaşanmaktadır. Yaşanmaya devam eden bu dönüşüm teknolojiyi ve teknoloji kullanımını da etkilemektedir (Çoklar, 2010). Günümüzde teknoloji gelişiminin bir sonucu olarak yaygınlaşan bilgisayar ve internet, bilgiye ulaşmada en çok tercih edilen araçlar olarak ön plana çıkmaktadır. Kullanımının basit olması, kolay erişilebilirliği, her kesimden insanın kendine göre bir ilgi alanı bulabilmesi, yaş, cinsiyet sınırlamalarının bulunmaması gibi nedenlerle internet, kısa sürede geniş halk kitleleri tarafından benimsenmiş ve tahmin edilemeyen bir hızla dünya çapında yaygınlaşmıştır (İşçioğlu, 2012).

Küreselleşen medya toplumun her kesimini etkilemekle birlikte çocukları daha fazla etkilemektedir. Modern hayatla yaşam alanları sınırlanan çocukların yaşam şekilleri, davranış ve tutumları internet kullanımıyla değişmiştir. Değişim beraberinde çocukları sadık bir internet tüketicisi konumuna getirmiştir. Nitekim kullanıcı kitleler arasında çocukların internet kullanım alışkanlıkları dikkatleri çekmektedir. Bu konuda RTÜK'ün (2013) elde ettiği “çocukların internet kullanım alışkanlıkları”na yönelik istatistiki bilgiler, çocukların internet ve internet araçlarını kullanım alışkanlıklarının bazı değişkenlere göre nasıl değiştiğini gözler önüne sermektedir. 26 il merkezi, bunlara bağlı ilçe, kasaba ve köylerde yer alan özel ve devlet okullarında, 6–18 yaş aralığındaki 1 – 12. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiş araştırma bulgularına göre; İnternet kullanan çocukların oranı %76.2 kullanmayanların oranı %23.8'dir. Erkek öğrenciler kız öğrencilerden daha fazla kullanmaktadır. Çocukların eğitim ve ailenin gelir seviyesi arttıkça internet kullanım oranlarının arttığı gözlenmiştir. Çocuğun evde ayrı bir odaya sahip olması da internet kullanımını arttırıcı bir değişken olarak bulgulanmıştır. İnterneti en çok hangi bölgedeki

çocukların kullandıkları araştırma bulgularına göre; % 89,8 oranı ile Karadeniz, % 86,6 oranı ile Marmara ve % 83, 3 oranı ile İç Anadolu Bölgesinde yer alan öğrenciler olup; bu oranların araştırma verilerine göre tespit edilmiş olan ortalama değerlerin üzerinde olduğu gözlenmiştir. İnternetin en az oranda kullanıldığı bölge ise % 56 ile Güneydoğu Anadolu'dur. İnternete hangi araçlardan erişimin sağlandığına yönelik bulgular ise şöyledir: evdeki bilgisayar % 81,9, cep telefonundan % 30,5, internet kafeler % 12,5, taşınabilir akıllı cihazlar % 12,1 oranındadır.

Mevcut medya alanının içine internetin eklenmesi beraberinde “yeni medya” (sosyal medya) kavramını getirmiştir. Bu yeni medya alanının kullanıcılara yeni olarak ne sunduğuna bakıldığında, öncelikle kişisel olarak sahiplenilen medyanın çoğaldığı görülmektedir. En köklü değişimlerden biri ise, tek yönlü kitle iletişiminin, araç ile kullanıcı arasındaki bağı daha fazla etkileşimli bir iletişime yönelmesidir. Bu etkileşim aynı zamanda medya içeriğinin de yapılandırılması sürecini yönlendirmektedir. Etkileşimli medya, “aktif kullanıcı” kavramını hem medya tasarımının, hem de medya kullanımının tam merkezine yerleştirmiştir.

İnternetin albenisini bu denli arttırıp kullanıcı sayısının her geçen gün artmasını sağlayan literatürdeki isimleriyle “Yeni Medya” veya “Sosyal Medya”nın ülkemizde kullanıcı sayısı hızla artmaktadır. Kullanıcı sayısı git gide artan sosyal medya; Facebook, Twitter, Flickr, Blogger gibi binlerce internet sitesi ve ortamı sunmakta; bu ortamın tüketicileri içerikleri kendileri oluşturmakta ve alternatif bir medya oluşturabilmektedirler. Web 2.0'ın sunduğu en önemli ortamlardan biri olan bloglar “Web Günlüğü” adıyla bireyler ve kurumlar tarafından hazırlanabilmekte; güncel ve değerli içerik sundukları durumlarda on binlerce takipçiye erişebilmektedirler. İçeriklerin çok hızlı bir biçimde yayıldığı mikroblog örneklerinden Twitter ise, dünya genelinde olan çok önemli bir olayı dünyanın diğer ucuna en hızlı şekilde ulaştırarak, kurumlar açısından da çok büyük değer görmektedir (Özgen ve Kara, 2011).

Yeni medya teknolojilerinin en önemli sonuçlarından biri kullanıcıyı dönüştürmesidir (Koçak, 2012). Kullanıcılar olarak izleyiciler, giderek daha aktif (seçici, içerikleri sadece tüketen değil, aynı zamanda üreten, bireysel yönelimli) ve çoğul (parçalı, çoklu, çeşitli) olarak ele alınmaya başlanmaktadır (Livingstone, 1999). Çünkü dünyadaki büyük bir insan kitlesinin hayatlarının bir parçası haline gelen medya, artık kontrollü kullanımı gerektirmektedir. Nitekim kullanıcı kitlesi açısından giderek büyüyen sosyal medya araçlarının kullanım sıklığına bakıldığında sadece Facebook'un ülke bazında kullanım yoğunluğu 156.820.080 kullanıcı ile A.B.D'nin ilk sırada, 45.796.460 kullanıcı



ile Hindistan'ın ikinci sırada, 44.622.060 kullanıcı ile Brezilya'nın üçüncü sırada olduğu görülmektedir. Türkiye ise, 30.991.820 kullanıcıyla altıncı sırada yer almaktadır (Check Facebook, 2012).

İnterneti ve onun aracılığıyla sosyal medyayı kullananların sayısının dünya genelinde hızla yayılması beraberinde sosyal medyayı bilinçli ve bilinçsiz tüketen kitleler oluşturmuştur. Özellikle sosyal ağların ticari boyutu düşünüldüğünde medya konusunda bilinçli olmayan bireylerin, bilinçsiz kullanıcı sayısını her geçen gün artırdığı söylenebilir. Günümüzdeki yeni medya teknolojilerinin daha çok ticari kaygılarla hareket ettikleri söylenebilir. İnternet vasıtasıyla bilgi emtiyaya dönüşmüş ve bu bilgi karşısında aktif durumda olması gereken kişi daha pasif bir nesneye dönüşmüştür. Tıpkı McLuhan'ın da belirttiği gibi yeni teknolojiler toplumu ve bireyi kendi işleyişine göre yeniden şekillendirmiştir. Yeni enformasyon teknolojileri ve internet, bireyin karar almada, geçerli ve doğru bilgiye ulaşmada kullandığı tüm aşamaların içinde yer almaya başlamıştır. İnternette sunulan bilgi ise insanların üzerinde en az düşünecekleri şekilde, yani onları en fazla cezbedecek biçimde sunulmaktadır. Bilgi aynı anda birçok duyuya hitap edecek şekilde sunulurken, bilgi bolluğu içinde Mr Magoolaşan<sup>1</sup> birey kendisi için neyin gerçekten en iyi ve doğru olduğu konusunda çoğu zaman karar vermekte zorlanmaktadır. (Levine, 2003,66-67).

Yetişkin bireylerin medya iletileri karşısında bazen pasif tüketiciler olması, akıllara çocukların medya tüketimi konusunda daha bilinçli yetiştirilmesi gerektiği tezini getirmektedir. Çünkü günümüzde yetişen nesil artık doğduğu andan itibaren kendisini çevreleyen yoğun bir medya ağı içerisinde bulmaktadır. Medya yerlisi olarak yetişen yeni nesil artık son medya teknolojilerinin hızlı tüketicileri konumunda bulunmaktadırlar. Nitekim iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemelerin sunduğu olanaklarla birlikte, internetin ve onun katkısıyla oluşan yeni medyanın hayatımızda kapladığı alan gittikçe artmaktadır. Bilhassa çocuk ve gençlerin yeni teknolojilere ve kitle iletişim araçlarına yönelik ilgileri, hem olumlu hem de olumsuz anlamda etkilerin tartışılmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla yeni yetişen neslin çağın gereklerini yakından takip eden, yeni teknolojileri aktif kullanan, aynı zamanda bu teknolojileri hayatın birçok alanında işlerini kolaylaştırmak için kullanan bireyler olarak yetişmeleri beklenmektedir. Ancak medya ve

---

<sup>1</sup>Levine ileti bolluğunun açık seçik düşünme ve yorumlama yetisini olumsuz yönde etkilediği gerçeğinden yola çıkarak ileti bombardımanının verileri bulandırdığını ve bireylerin 1960'lı yılların çizgi filmlerinin kahramanı olan ileri derecede miyop olduğu için görüntüleri seçebilen ancak bu görüntüleri çoğunlukla yanlış yorumlayan sakar milyoner Quincy Magoo'ya dönüştürdüğünü dile getirmiştir. Bu durumu Mr Magoo etkisi kavramıyla tanımlamaktadır (Levin, 2003, 66-67; Akt. Akçay,2011).

onun ileri teknolojilerle bütünleşmiş farklı boyutu olan sosyal medya tüketimi konusunda çocukların çok hızlı tüketiciler olması, beraberinde sosyal medya tüketiminin çocuklar için oluşturabileceği yarar ve risklerin sorgulanması gerekliliğini hissettirmektedir.

## 1.2. Amaç

Bu araştırmanın genel amacı, “sosyal medyanın yarar ve risklerini öğrenci, öğretmen ve velinin gözünden belirlemek”tir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın problemine ve alt problemlerine cevaplar aranacaktır. Araştırmanın problem cümlesini “*paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri nelerdir?*” başlığı oluşturmaktadır. Problem cümlesi bağlamında şu alt problemlere yanıt aranmıştır:

- 1) Öğrencilerin gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri nelerdir?
- 2) Velilerin gözünden Sosyal medyanın yarar ve riskleri nelerdir?
- 3) Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri nelerdir?

## 1.3. Önem

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin son ürünlerinden olan sosyal medya günümüzün en önemli iletişim aracı olmuştur. Günümüzde bilgisayar, internet, cep telefonu ve diğer teknolojik araçlar yardımıyla her an rahatlıkla kullanılabilen sosyal medya gençlerin ve çocukların yaşamlarının bir parçası olmuştur. Nitekim yeni arkadaşlar edinmek ve bu arkadaşlıkları sürdürme, özlem giderme, rahatlama, eğlence ortamı bulma, ödevlerini yapma ve her türlü merakını gidermede sosyal medya ilk başvuru kaynağı olmuştur. Her kesimden kullanıcı kitlesine sahip olan sosyal medya kullanımı, çocuk ve ergenler için daha büyük önem taşımaktadır. Çünkü sosyal medyanın onların her türlü isteğine cevap verebilmesi onları bu sanal mecralara daha çok çekmektedir. Ancak tam da bu noktada çocuk ve gençler için birçok tehlikeyi de beraberinde getirdiği söylenebilir. Ortaokul öğrencileri açısından önemine bakıldığında da benzer durumlar söz konusudur. Sanal ortamda her şey istediği gibi gitmeyince başkalarıyla çatışma yaşamaya başlayan gençler, bu teknolojik araçları kullanırken zaman zaman birbirlerine zarar verecek davranışlarda da bulunabilmekte veya farklı tehlikelere maruz kalabilmektedirler. Öyle ki sanal mecralarda yalnız bırakılan çocukların maruz kalabileceği riskler arasında; isimsiz çağrılar, utandırma, mahrem alanlarının çiğnenmesi, virüslü e- postalar, hakaret ve tehdit içeren mesajlar, ses, görüntü ve metinler, hukuki sorunlar, hesap çalmalar ve daha birçok olay yer almaktadır. Hayatlarının önemli bir parçası haline gelen sosyal medyayı onların hayatından tamamen

atmanın veya sosyal ağları icat edenleri suçlamanın hiçbir fayda sağlayamayacağı düşünüldüğünde, daha kalıcı ve sağlıklı çözümlerin gerekliliği kendini göstermektedir. Sosyal bilgiler alanında yapılan tezlerde, Sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için yarar ve risklerini paydaşların gözünden ihtiyaç analizi şeklinde hiçbir tez çalışmasına rastlanmamıştır. Literatüre bakıldığında daha çok iletişim fakülteleri, radyo ve televizyonculuk ve diğer alanlarda sosyal medyanın çalışıldığı, ancak sosyal bilgiler alanında pek çalışılmadığı dikkat çikici bir diğer husus olmuştur. Ayrıca sosyal medyanın yarar ve riskleri konusunun sosyal bilgiler alanında pek çalışılmamış olması bu araştırmayı daha da önemli kılmaktadır.

Bu çalışmada amaç, ortaokul öğrencileri için sosyal medyanın yarar ve risklerini öğretmen, öğrenci ve velilerin gözünden araştırarak, sosyal medyanın paydaşların gözünden nasıl görüldüğü belirlenecektir. Özellikle paydaşlarda sosyal medya kullanımı konusunda farkındalık oluşturarak, mevcut yarar ve risklerin neler olduğu ve bu konudaki önerilerinin açığa çıkarılmasıyla daha sağlıklı sosyal medya kullanımı için kalıcı çözümlerin alınmasını sağlamaktır. Bu konuda sosyal bilgilerde henüz bir doktora tez araştırmasının olmaması da bu araştırmayı önemli yapmaktadır.

#### 1.4. Sınırlılıklar

Bu araştırma konu açısından sosyal medya; zaman açısından 2014-2015 öğretim yılı; katılımcı açısından öğretmen, öğrenci ve veli; yöntem açısından nitel araştırma yöntemi; örneklem çeşidi açısından Maximum (örnekleme) çeşitleme tekniği; verilerin toplanacağı yer açısından Denizli'deki okullar ile sınırlıdır.

#### 1.5. Varsayımlar

Nitel araştırma yaklaşımı, gerçekliğin sürekli yeniden oluşturulan veya değiştirilen toplumsal bir girişim olduğunu varsaydığı için gerçeklik denilen şeyin bizim tarafımızdan oluşturulan zaman ve kültür bağımlı bir olgu olduğunu varsayar (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

#### 1.6. Tanımlar

**Medya:** Medya bilgiyi ileten ve içeren bütün çevreleri kapsamakla birlikte, kitap, gazete, dergi, Tv, radyo, internet gibi bilgiyi transfer eden her türlü yazılı, görsel, dijital ve elektronik araç birer medya olabilir.

**Medya Okuryazarlığı:** Kişilerin tüm medya araçlarını etkin kullanabilme ve anlamlandırabilme becerisidir.

**Yeni Medya:**“Kitle iletişim izleyicisini bireysel olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler olarak tanımlanabilir” (Geray, 2003, 23).

**Mahremiyet:**“Bir kişi veya grubun başkalarıyla etkileşimini düzenleyen bir kişilerarası sınır koyma süreci. İnsanın başkalarına açıklık derecesini değiştirmek, bu hipotetik kişisel sınırın başkalarıyla toplumsal etkileşime açıklık derecesini de belirler”(Mutlu, 2012, 219).

**Sosyal Medya:** İletişimde daha etkili ve sınır tanımayan, coğrafi uzaklıkları bir engel olmaktan çıkararak, başka bir deyişle yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim araçlarının internet ve bilgisayar teknolojisi ile hayat bulmasıyla oluşan sanal bir iletişim ortamıdır.

**İletişim Aracı:** “iletişim eyleminin gerçekleşmesini sağlayan en temel araçtır. Bu araç, insanlık tarihinde farklı biçimler almıştır. Örneğin mağaraya yapılan resim, haber için uçurulan güvercin, sinirlenince çıkarılan yüksek sesteki tutun da ölüm karşısında yakılan ağıt da bir iletişim aracıdır” (Turan, 2009, 350).

**Eşikbekçisi:** “Hangi enformasyonun iletişim zincirinden geçeceğini ve ne ölçüde aslına sadık olarak yeniden üretileceğini kararlaştıran kişiler ya da kurumlardır. Eşik bekçinin ana işlevi bir bireyin aldığı mesajları süzgeçten geçirmektir. Bunlar belli mesajların geçmesine izin verirken, diğerlerinin geçmesini engeller” (Mutlu, 2012, 102).

**Hegemonya:**“Bir toplumda egemen olan grupların erkini doğal ve meşru gösteren ve toplumsal grupların geçici bağlaşıklıklarına dayanan bir oydaşma durumudur. Bir kültürde baskın ideolojiyi destekleyenlerin, bu ideolojinin baskı altına aldığı kümelerin zımni onayını kazanırken kültürel kurumlarda ve ürünlerde sürgit yeniden üretebilmelerinin çeşitli yolları” (Mutlu, 2012, 132).

**Narsizm (özseverlik):** Kişinin kendine âşık olması anlamına da gelen narsizm terimi, narkissos adlı mitolojik kişilikten etkilenen Sigmund Freud’un ilk defa kullandığı bir terimdir. Narsist kişiliğin belli başlı özellikleri; kendini beğenme, ilgiyi üstüne çekme başkasının haklarını kendi haklarından önemsiz görme ve her konuda kendisinin ön planda olmasını isteyen kişilik şeklindedir

## İKİNCİ BÖLÜM

### KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu çalışma Sosyal Medya'nın yarar ve risklerini paydaşların gözünden incelemeyi amaçlayan, nitel genel amaçlı bir durum araştırmasıdır.

#### 2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde *internetin tarihçesi başlığı altında*, Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 teknolojileri, internetin işlevleri, internet ve çocuk, internetin çocuklar üzerinde oluşturacağı olası etkiler, fizyolojik etkiler, psikolojik etkiler ve internet bağımlılığı, *kitle iletişimine yönelik kuram, yaklaşım ve modeller*, Sosyal Medya kavramı ve tarihçesi, Sosyal Medya türleri, Sosyal Medya ve geleneksel medya karşılaştırılması, Sosyal Medya ve eğitim, Sosyal Medya kullanımı ve Medya Okuryazarlığı, Sosyal Bilgiler eğitimi açısından Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya, çocukluk kavramı ve Sosyal Medya kullanımı, Sosyal Medyanın faydaları, Sosyal Medyanın riskleri ve temel sorun alanları ele alınacaktır.

##### 2.1.1. İnternetin Tarihçesi

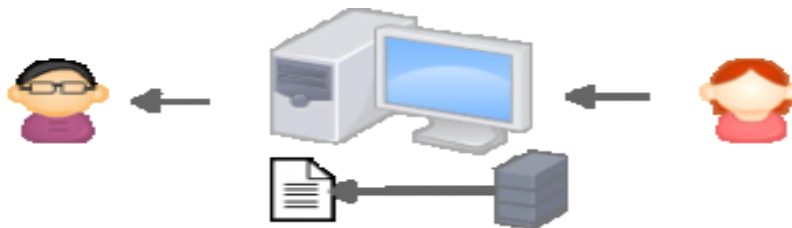
Geçen yüzyılın başından itibaren meydana gelen buluşlarla her gün günlük yaşantımızda oldukça fazla yer kaplayan cihazlar, önceleri hesap makinesi niteliğinde olan ve bir salon büyüklüğündeki bilgisayarlardan ilham alınarak gelişme göstermiştir. Özellikle günümüzde hayatımızın her anında yanı başımızda olan ve avuç içine sığacak büyüklükte, her an internete bağlanabilen bu cihazların gelişimine bakıldığında uzun bir zaman süreci görülmektedir. Bilgisayarların her gün yeni model ve boyutlarının çıkması ve İnternetle buluşması onları hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. (Özutku, Çopur, Sığın, İlter, Küçük Yılmaz, Arı, 2014). Dolayısıyla bilgisayar ve diğer teknolojik ürünlerin tüketim hızını arttıran internetin hayatımızdaki yeri yadsınamaz.

Bazılarına göre ağların ağı olarak da nitelendirilen İnternet, teknoloji merkezli yaklaşımın verilerin depolanması ve aktarımına yol açan bir iletişim teknolojisi olarak tanınmıştır (Timisi, 2003). İnternet, birbiriyle tüm dünya üzerine yayılmış bilgisayar ağlarının birleşiminden oluşan büyük bilgisayar ağıdır. İnternetin ilk fikirleri 1960'lı yılların başında atılmaya başlamıştır. Bu fikirler, ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Ajansı'nın 2 Eylül 1969 tarihinde başlattığı, dört bilgisayarı kapsayan küçük bir projeye ARPA-NET ile kurulmuştur. ABD Savunma bölümünün projesinin internete dönüşmesi sürecinde yaşanan en önemli ilerlemelerden birisi, 1974 yılında farklı iletişim sistemlerinin birbirlerinden veri alıp verebilmesi için, standart bir iletişim protokolü olan TCP/IP'nin geliştirilmesidir. Farklı tipte ağların birbirine bağlanmasını sağlayan geçit teknolojisinin temellerini atan ağlar arası bağlantı protokolünün yani TPC/IP'nin icat edilmesinin internetin bugünkü halini kazanmasında büyük önemi vardır (Castells, 2005, akt. Sönmez, 2013). İnternet, 1989 yılına kadar metin tabanlı olarak; 1989 yılında ise, BarnersLee isimli bir bilim insanı tarafından, tüm dünyadaki bilim insanlarını birbiriyle koordineli çalışmalarını sağlayacak hipermetin tabanlı bir bilgi sistemi projesi olarak kabul edilmiştir. Hızlı bir şekilde gelişmeye başlayan bu projeye 1990 yılında, ilk salt-metin inceleyiciler (Browser) geliştirilmiştir. HTML dilini diğer merkezlere aktarabilmek amacıyla geliştirilen protokole de, HTTP (HyperText Transfer Protokol) adı verilmiştir (Bostancı, 2013). İlk kurulduğunda sadece dört ayrı üniversitedeki ana bilgisayarları birbirine bağlayan ARPANET'in hayata geçirilmesinden, 1991 yılında günümüzde kullandığımız www (world wide web) protokolünün İsviçre'deki CERN Enstitüsü'nde ortaya çıkmasına kadar daha çok teknik gelişmelere odaklanan internetin gelişim süreci, 1993'ten itibaren grafiğe dayalı tarayıcıların meydana çıkmasıyla hızla yayılımını artırmaya başladı. Bu süreci takiben 1995 yılına gelindiğinde servis sağlayıcı olarak hayatımızda internet çağı başlamış oldu (Kahraman, 2013). İnternetin gelişim sürecine baktığımızda internet, her türlü bilgiyi birbirlerine bağlı bilgisayar ağları sayesinde ortama taşıyabilen, hızlı, masrafsız, kullanımı kolay, tüm dünyaca kabul edilen ve kullanılan popüler bir iletişim, enformasyon ve eğlence aracı (Ök, 2013) olarak ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla internetin gelişim sürecine baktığımızda ilk başlarda dünyadaki belli merkezlerde kullanılırken bu kullanım hızının hızla yayıldığı görülmektedir.

Türkiye'de ise internet'e ilk bağlantılar 1993'te başlamıştır. İlk bağlantı yeri olarak ODTÜ olmuştur. ODTÜ'deki 64kbit/san hızında olan hat, çok uzun bir süre, tüm ülkenin tek çıkışı olmuş ve ilgili kişiler büyük bir özveriyle İnternet'i tüm Türkiye'de yaygınlaştırmaya çalışmışlardır. ODTÜ'yü 1994 başlarında Ege Üniversitesi, 1995'te

Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, 1996 yılında da Turnet takip etmiştir. 1997 yılına gelindiğinde, akademik kuruluşların internet bağlantısını sağlayan ULAKNET faaliyete başlamış ve üniversiteler arası hızlı bir internet ağı oluşmuştur. 1999 yılı içerisinde, ticari ağ altyapısında büyük değişiklikler olmuş ve TURNET yerini TNet'e bırakmıştır. 2000'lerin başında; ticari kullanıcılar TNet ağı üzerinden; akademik kuruluşlar ve ilgili birimler de Ulaknet ağı üzerinden internet erişimine sahip olup, bu iki kuruluş arasında yüksek hızlı bağlantı mevcut olmuştur (Bostancı, 2013).

**2.1.1.1. Web 1.0.** Web 1.0 kişilerin ve sadece firmaların tekelinde bulunan internet sitelerinin olduğu, bu sitelere sunulan içeriklerin dışında herhangi bir bilgi elde edemedikleri ve internet kullanıcıları arasında interaktif bir şekilde bilgi paylaşımının olmadığı teknolojik süreçtir. Yani Web 1.0 teknolojisi kullanıcılara, Web 2.0'deki gibi bilgi ekleme ya da bilgiye yorum yapabilme fırsatları tanıyamamış, kullanıcılara sadece bilgiyi verir konumunda kalmıştır (Ök, 2013). Bu tek taraflı durağan paylaşım süreci, internet tarihi açısından ele alındığında, ilk çıkan televizyonların yaptıkları siyah- beyaz yayın dönemine benzetilebilir (Özutku ve diğ., 2014). Dolayısıyla Web 1.0 sadece dosya indirmek ve hazır şekildeki bilgiye ulaşmak için kullanılan webdir. Yeni bilgilerin sisteme yüklenme amaçlı doğan web sayfalarının güncellenmesindeki zorluklar, daha yönetilebilir ve kolay güncellenebilir veri tabanları ile bütünleşmiş çalışabilen bir web yapısının oluşturulması ihtiyacını doğurmuştur (Ök, 2013).



Şekil 2.1. Web 1.0

**2.1.1.2. Web 2.0.** Quentin (2006) tarafından okunabilir ve yazılabilir Web olarak tanımlanan Web 2.0 araçları, internet kullanımı açısından daha aktif bir sürecin başlangıcıdır. İnternet teknolojisinin gelişim sürecine yeni bir ruh getiren Web 2.0 ile sunulan içeriğe kullanıcılar tarafından bir şeyler eklenmesi ve onun başkalarıyla paylaşılabilmesi imkanı doğmuştur. Böylelikle sosyal ağ (sosyal medya) siteleri, web tabanlı özgür ansiklopediler, iletişim araçları ve bunun gibi çevrimiçi araçlarla iletişim ve

aynı zamanda paylaşım süreci de sağlanmıştır. Web 1.0 ile kullanıcıların sadece bilgi paylaşabiliyor olması ve bu bilginin statik bir şekilde kalıyor olması giderilmesi gereken bir eksiklikti. Web 2.0 ile bilginin alındığı, üstüne yeni bilgilerin ilave edildiği ve başka deneyimlerin paylaşımına açıldığı bir sistem kullanılmaya başlanmıştır (Özutku ve diğ., 2014).

Daha önce kullanıcıların hayatlarında Web 1.0 varken, internet kullanıcıları sadece bilgiyi alabilen okuyucu konumundaydı. Çünkü bu kadarına izin verilen bir kullanıcı topluluğu vardı ve bütün kontroller web sitesinin elindeydi. Web 1.0 var olan bilgileri elde etmek, sunucular tarafından sağlanan içeriği okumak, program veya dosya indirmek amacıyla kullanılıyordu. İnsanlar arası etkileşimin olmadığı Web 1.0, internette önümüze hazır sunulan bilgilerin pasif bir şekilde alınmasından oluşmakta olup, kullanıcı sadece medya tüketicisi konumundaydı (Ök, 2013). İnsanların interneti kullanırken daha aktif olmasını sağlayan bu süreç, 2004 yılında O'Reilly ve MediasLive International'ın hazırladığı konferansta ortaya çıkmıştır. Web teknolojilerinde ve sosyal yazılımlarda ikinci nesil Web araçları diye bilinen Web 2.0 araçları ile kullanıcılar birbirleri ile etkileşime geçebilir, işbirliği yapabileceği araçları kullanabilir ve durağan kullanıcı rolünde oldukları eski teknolojilerin tersine kullanıcı tarafından üretilen içeriklerle daha aktif olabilir konumda olmuşlardır (Sabimbona, 2013).



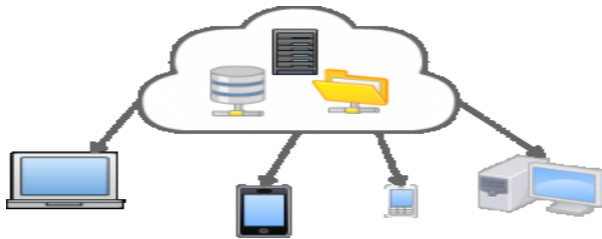
Şekil 2. 2. Web 2.0

**2.1.1.3. Web 3.0.** Web 2.0 araçları ile başlayan etkileşimli internet kullanımı, Web 3.0'ün ortaya çıkmasıyla daha anlamsal, çekici ve herkesi kendisine çeken bir boyut kazanmıştır. Bunu Özutku ve diğ.'nin (2014) de ele aldığı üzere; Web 2.0'nin gelecekte Web 3.0 ile bütünleşerek sizin yerinize karar verebileceğini belirtmiştir. Öyle ki bilgisayar ve internete bağımlılığın o denli artmasından Google'a ulaşımın yasal gerekçelerle zorlaştığı bir zamanda, şifrelerini bu platformlarda sakladığından banka ve mail



hesaplarına erişemeyen insanların var olduğu belirtilmiştir. Hatta durum öyle bir boyuta gelmiştir ki kızına talip olan kişiyi, işe alacağı elemanı sosyal medya hesaplarına bakarak beğenen kişilerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Etkisini her geçen gün daha da arttıran Web 3.0 Semantik web kavramı, www'nin mucidi Tim Berners Lee tarafından 1999 yılında ortaya atılmış olup, "semantik" kelimesinden (anlambilimsel) türetildiği belirtilmiştir (Şendağ, 2008). Demirli ve Kütük (2010) ise; Web 3.0 sitelerinin kullanıcıların ilgilerine göre kişiselleştirilmesine yani kullanıcılara göre farklı tepkiler oluşturan web siteleri yapılmasını yeni nesil web olarak da ifade etmiştir. Yağcı (2009) Web 3.0'un internet kontrolünün insanın elinden çıktığı web dünyası olduğunu yani veriye daha fazla tanım veya anlam katarak, detay ile kullanıcı arasında etkileşimi ve internet üzerindeki iş yapma şeklini değiştirdiğini vurgulamıştır. Web 3.0 ile basit noktadan noktaya yapılan linklerden daha fazlası ile hem insanlar, mekânlar ve kavramlar üzerinde kurulu yönlendirmelere olanak sağlama hem de kullanım esnasında veriyi otomatikleştirme, bütünleştirme ve yeniden kullanma olanağı doğduğunu belirtmiştir.



Şekil 2. 3. Web 3. 0

Web 3.0'ın yapısında ön plana çıkan üç ana özellik bulunmakta olup, bunlar

(<http://seset.ceit.metu.edu.tr>):

- 1) **Kişiselleştirme:** Arama motorlarının, arama sonuçlarını kullanıcının webde bıraktığı izleri takip ederek, kişisel tercihlerine göre ayarlama özelliği şeklinde tanımlanmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, "Bugün ne yemeliyim?" şeklinde bir sorgu yapıldığında arama motoru diyet ve yemek alışkanlıklarına göre eleme yaparak en uygun seçenekleri menüler halinde sunmaktadır.
- 2) **Yapay Zekâ:** Kullanıcıların İnternet üzerinde yaptıkları aramalardan ve paylaşımlardan bazı anlamlar çıkarıp, kullanıcının neler yapmak isteyeceğini tahmin etme özelliğidir. Örnek olarak amazon.com sitesinden HTML5 ile ilgili

birkaç kitap inceledikten sonra tekrar siteye giriş yapıldığında ana sayfada önerilen ve gözden geçirilmesi tavsiye edilen HTML5 ile ilgili kitapların görülmesidir.

- 3) **Hareketlilik:** Kullanıcıların kişiselleştirilmiş içeriklerine zaman, mekân ve medya ortamı kısıtlaması olmadan erişebilmesi anlamına gelmektedir. Buna en güzel örnek akıllı telefonların, tablet bilgisayarların, akıllı televizyonların, oyun konsollarının, vb. erişim için en önemli araçlar haline gelmesidir.

Dolayısıyla Web 3.0 için İnternet'in IQ seviyesinin yüksek hali diyebiliriz. Çünkü Web 3.0 aramalarda kilit kelimeler kullanmak yerine normalde insanla iletişimde olduğu gibi doğal dil kullanılarak, yani daha belirgin tümcelerle, istenilen sonucu vermesiyle her geçen gün yayılımı hız kazanmaktadır.

### 2.1.2. İnternetin İşlevleri

İnternet ve teknolojileri, günümüzde hayatımızın olmazsa olmazı olmuştur. İnternetin bilgiye erişimde ve günlük hayatımızda sağladığı kolaylık ile gün geçtikçe popülaritesini arttırmıştır. Literatüre baktığımızda da internetin gelişmesini sürdürdükçe insanların hayatlarındaki birçok ihtiyaca da cevap verdiği görülmektedir.

Erdem (2010) internetin 1990'lı yılların başından itibaren daha hızlı büyümeye ve olgunlaşmaya devam ederken, e-posta ve internet sayfalarının dışında internette başka işler de gelişmeye başladığına değinmiştir. Örneğin Delphi, abonelerine internet üzerinden ulusal çapta ticari işlemler yapma olanağı sunması bunun önemli örneklerindedir. Bunu takiben 1995'te Ulusal Bilim Vakfı'nın internet omurgasına yönelik sponsorluğuna son verilerek, internetin ticari kullanımdaki hileli sınırlamaları kaldırıldı ve diğer oyuncular da ticari şebekeye güven duymaya başladılar. İnternetin ticari kullanımı genişlemeye başlayarak AOL, Prodigy, Compuserve gibi çevrimiçi ticari servisler sunan şirketler internete katıldı. Ancak Microsoft'un tarayıcı ve internet servis sağlayıcı pazarına tam olarak girmesi interneti iyice ön plana çıkaran olay olmuştur. Böylelikle ticarete dayalı internetin sınırlarında da önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Bu durum internetin niteliğinin geliştirilmesinde etkili olmuş ve kişilerin önemli ihtiyaçlarını karşılayacak özellikleri de beraberinde getirmesini sağlamıştır.

Gündoğdu (2006) tarafından bilgi paylaşımı için evrensel bir yapı sağlayan internetin belli başlı kullanım aşamaları şu şekilde açıklanmıştır: Dünyanın en büyük ve önde gelen kütüphanelerinde araştırma yapabilirsiniz, çeşitli ülkelerde yaşayan

meslektaşlarınızın çalışmalarını görebilirsiniz, farklı bir ülkede eğitim gören çocuğunuza elektronik postayla mektuplarınızı ücretsiz ve çok kısa sürede gönderebilirsiniz, internet üzerinden eğitim veren bir üniversitede okuyup mezun olabilirsiniz, farklı mekânlardaki arkadaşlarınızla sohbet edebilirsiniz, filmle tanıtımlarını izleyip, akşam gideceğiniz filmi seçebilir ve biletinizi de satın alabilirsiniz, alışveriş yapabilir, rezervasyon yaptırabilirsiniz, anket yapabilir, yapılan farklı bir anketi yanıtlayabilirsiniz, kendi web sayfanızı hazırlayarak çalışmalarınızı burada sunabilirsiniz.

### **2.1.3. İnternet ve Çocuk**

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesinin birinci maddesine göre, daha erken yaşta reşit olma durumu hariç on sekiz yaşına kadar her insan çocuktur. Post modern çağ olarak da adlandırılan 21. Yüzyılda teknolojiye yaşanan devrim, çocuk yaşantısı üzerinde de büyük bir etki bırakmıştır. Sanayi Devrimiyle başlayan tüketim çılgınlığı teknolojik araç kullanımıyla hızını giderek artırmaktadır. Birbirini takiben çıkan bu yeni teknolojiler neredeyse çocukluk kavramını değiştirecek boyuta gelmiştir. Nitekim yeni çıkan teknolojiler, bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar, playstationlar çocukların oyun oynadıkları yerleri, kişileri, alanları, tavır ve davranışlarını, oyun oynama şekillerini tamamen değiştirmiştir. Özellikle internetin teknolojik aletlerle buluşması, çocuklar tarafından çok fazla rağbet görmesine neden olmuştur. 2014-2018 1. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisinin birinci taslağındaki 2013 TÜİK verilerine göre, Türkiye'deki çocuklar ortalama 9 yaşında interneti kullanmaya başlamakta, kullanım yeri ise yaklaşık 3/5'i için ev ve 1/5'i için de internet kafelerdir. Çocukların yaklaşık yarısı hemen her gün interneti kullanmaktadır. 06-15 yaş grubu çocuklar interneti en çok %84, 8 ile ödev veya öğrenme amacı ile kullanırken, bunu %79,5 ile oyun oynama, %56,7 ile bilgi arama, %53, 5 ile sosyal medya ağlarına katılma takip etmektedir.

Özutku ve diğ. (2014) eserinde, çocuklar ve gençlerin söz konusu olduğu günümüzde internetin sadece bilgilendirme ve eğitim amaçlı kullanılan bir araç olmaktan çok bu genç kitlenin ideal benliklerini tekrar şekillendirdikleri yer olduğunu belirtmiştir. İnternetin veya diğer adıyla siber âlemin, kişilerin istediği zaman ve yerde sohbet, tartışma, öğrenme, oyun ve alışveriş gibi çeşitli amaçlarla kullandığı alternatif bir araç haline gelmiştir. Ancak internet özellikle çocuk ve genç kitle arasındaki yaygın kullanımı sebebiyle işlevselliğinin yansırı birtakım endişeleri de beraberinde getirmiştir.

İnternet ortamında çocukların karşı karşıya kalabileceği durumlar Çelen, Çelik ve Seferoğlu (2011) tarafından şu şekilde belirtilmiştir: Teknik zararlar, hukuki olmayan içeriğe maruz kalma, çevrimiçi ortamlarda çocukların ve gençlerin kendilerinin veya ailelerine ait kişisel verilerin e-posta, sohbet programları, vb. yoluyla üçüncü kişilerin eline geçmesi, internet üzerinden ailelerinin kredi kartı ile onlardan habersiz alışveriş yapabilmesi, kendilerinden yaşça büyük ve kötü niyetli kişilerle haberleşebilmesi gibi riskler çocukların bilgisayar ve internet kullanımı sırasında başlarına sorun açabilecek durumlardan sadece birkaç tanesidir. İnternet kullanımının çocuklarda teknoloji kullanımı konusunda olumlu tutumlar geliştirme, bilgilenme ve sosyalleşmeye katkı sağlarken, bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımın daha farklı riskleri de beraberinde getirdiği belirtilmiştir. Bunlar; internet üzerinden tehdit, bilgi paylaşımı, uygun olmayan ve tehlikeli işlere maruz kalma, gizlilik ihlali ve çevrimiçi dolandırıcılık. Bu bağlamda dosya paylaşımı ve dolandırıcılık en çok görülen riskler arasındadır. Yapılan araştırmalarda internetin en çok bilinen altı temel riski bulunmaktadır. Bunlar([http://cocuklar.biz/index.php?option=com\\_](http://cocuklar.biz/index.php?option=com_)):

- *Bağımlılık:* Çocuğun gerçek hayattan kopuk bir şekilde bilgisayar ve internet uğruna diğer sorumluluklarını ihmal etmesidir.
- *Şiddet ve cinsellik:* çocuğun yaşına uygun olmayan sitelere girmesi ve algılayamayacağı daha tehlikelisi yanlış algılayabileceği görüntülerle karşılaşması çocuk psikolojisinde bazı sorunlar oluşturabilir. Bunun önüne geçmek için ebeveynler tarafından sık kontrollerin yapılması, güvenlik programları yüklenmesi, kullanım sırasında çocuğa eşlik edilmesi çözüm olabilir.
- *Kontrolsüz Alışveriş:* Alışveriş sitelerinde çocuklar için albeni oluşturabilecek oyun, oyuncak vb. Ürünlere ulaşmanın kolay olabileceğini düşünen çocuk, bunları satın alma arzusu içine girmektedir. Böyle durumlarda ailelerin, çocuğun kredi kartını kullanma ihtimaline karşılık, onu uyarması ve kredi kartı numarasını vermesinin sakıncalarını anlatması gerekmektedir.
- *İçki, Sigara ve Uyuşturucuya Özendirme:* Bazı sitelerde bu gibi zararlı davranışlar çok fazla ön plana çıkarıldığından, denetlenmesi gerekmektedir.
- *Haberleşme:* Diğer adıyla chatleşme (sohbet)zaman açısından sorun yaratabilmektedir. Ayrıca yabancı kişilerle yapılan görüşmelerin getireceği riskler de unutulmamalıdır. Örneğin yaşlarını belirtmeyen çocuklar yaşı daha büyük insanlarla uygun olmayan konuşmalar yapabilir. Çocuk pornografisinin, hırsız ya da diğer tehlikeli insanların haberleşme ağına katılabilirler. Bunun için çocuklara

internette dolaşmanın tıpkı bilinmedik bir sokakta dolaşmaya benzediği, bu yüzden chat ortamlarında yabancılarla konuşmamaları, onların yanına gitmemeleri ve ailesel bilgilerini vermemeleri konusunda uyarılmaları gerekir.

- *Hacker Yetişmesi*: Tüm zamanını bilgisayarda geçiren çocuklar, başarıyı ve macerayı da orada aramaktadır. Çocuk girmemesi gereken sitelere girerek ya da o ortamlarda başkasına zarar vererek yasalarla başını derde sokabilir.

Benzer şekilde Aydeniz (2012) de çocukları internet medyasının oluşturabileceği risklerden korumanın yedi adımından söz etmektedir. Bunlar: İnternet medyasını çocuğunuzun yaşını göz önünde bulundurarak kullanırmak, internet medyasına ayırdığı vakitten yarım saat kısmasını sağlamak, medyasız mekânlar ve zamanlar belirleyin, medyanın evinizdeki değerler sistemini ve düzenini bozmasına izin vermemek, medyayı çocukla birlikte kullanmak, medyayı yatak odalarından çıkarmak ve kısa sürelerle kullanmak şeklinde açıklanmıştır.

Çelen, Çelik ve Seferoğlu'nun (2011) çalışmasında ise, internet ortamında sosyal paylaşım sitelerinde hesap oluşturma yaşı sınırının 13 olduğu belirtilmiştir. Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Araştırma Projesi olarak yapılan araştırmaya göre, üçte biri 13 yaşından küçük olduğu halde katılımcı çocukların %48'i arkadaşları ile sosyal ağlarda paylaşımda bulduklarını belirtmişlerdir. Sosyal ağlarda en çok kullanılan ağın ise %85'lik oranla Facebook olduğu belirlenmiştir. Çocukların kişisel bilgilerini İnternet'te paylaşması ebeveynleri tarafından yasaklanmasına rağmen, %42'si kişisel bilgilerini "herkese açık" şeklinde kullanmaktadır. Bunun yanında çocukların üçte birinin kişisel bilgilerini bir tek arkadaşları ile paylaştıkları görülmüştür. Kişisel veriler yönünden bakıldığında çocukların % 19'unun adres bilgisini, %8'inin ise telefon numarasını sosyal paylaşım sitesinde paylaştıkları belirlenmiştir. Bu durum yukarıda değinilen risklerin gerçekteki sonuçlarını ortaya çıkarmak açısından önem taşımaktadır.

#### **2.1.4. İnternetin Çocuklar Üzerinde Oluşturacağı Olası Etkiler**

İnternet, günümüzde neredeyse insanlar için başucu kurtarıcısı haline gelmiştir. İnsanlara çeşitli imkânlar sunan, her türlü bilgi ve belgeye ulaşma fırsatı veren, kişilerin duygu ve düşüncelerini rahatça ortaya koymasına izin veren, kısacası birçok alanda hayatı basitleştiren bir kaynak haline gelmiştir. Bu suretle internet ve sosyal paylaşım siteleri vasıtasıyla insanlar ulaşamadıkları akrabalarına, dostlarına, sevdiklerine kolayca ulaşabilmekte ve gerçekte yapamadığı birçok şeyi internet âleminde yapabilmektedir.

Günümüzde insanların internet araçları vasıtasıyla üye oldukları sosyal medya platformlarına baktığımızda, bu kişilerin arkadaş listeleri yüzlerce bazen binlerce kişiye ulaşmaktadır. Oysaki gerçek hayatta bir insanın dostum diyebileceği, samimi olduğu veya sadece arkadaş olduğu kişi sayısı internetteki rakamlarla kıyaslanamayacak derecede azdır. İnternetin hayatı kolaylaştıran önemli bir etkisinin yanında bireyin aşırı kullanımı sonucu birey davranışlarında birtakım olumsuz etkilere de neden olmaktadır. Bunlar; kişilerin gerçek hayattan uzaklaşmasına, dış dünyayla ve yakın çevresiyle ilişkilerinin zayıflamasına hatta yalnızlaşmasına sebep olabilmektedir.

İnternet kullanımı konusunda hem çok istekli hem de hemen adapte olabilen kitleler arasında özellikle çocukların olması dikkatleri çekmektedir. Ancak yapılan araştırmalar internet kullanımının çocuklar için her zaman faydalı olmadığını ve bazı risk faktörleri taşıdığını göstermektedir. Bu konudaki araştırmalara bakıldığında; Gündoğdu'nun (2006) çalışması, araştırmaya katılan öğrencilerin %48'i bilgisayar başında çok fazla zaman geçirmenin onların sosyalleşme sürecini olumsuz etkilediğini; Karaca'nın (2007) lise öğrencileri üzerinde yürüttüğü çalışmasında ise, öğrencilerin %30'unda İnternet ortamlarının kötü alışkanlıklara sevk ettiği, %21'inde İnternet ortamlarının suç işleme eğilimini arttırdığı, %37'sinde de öğrencileri tembelliğe sevk ettiğini yönünde bulgulara ulaşılmıştır.

Ülger (2012, 302) çocukların internet kullanımlara yönelik dört temel riskten bahsetmiştir. Bu riskler şöyle sıralanabilir:

- 1) İnternetin bağımlılık yaptığına yönelik riskler,
  - 2) Çocukların internetteki şiddet öğelerine maruz kaldığına dair riskler,
  - 3) Çocukların internetteki pornografik öğelere maruz kaldığına ve internetin, çocuk cinsel sağlığı üzerindeki etkilerine dair riskler ve
  - 4) Çocukların, internetteki ürün pazarlama yöntemlerine maruz kaldığına ve böylelikle potansiyel bir tüketici olarak sömürüldüğüne dair riskler şeklindedir.
- Alan yazına bakıldığında internetin çocuklar üzerinde ayrıca bazı fizyolojik ve psikolojik etkiler oluşturduğu da belirlenmiştir.

**2.1.4.1. Fizyolojik etkiler.** Teknoloji kullanımının insanlar için sağladığı yararlar çok fazladır. Bu yüzden kısa zamanda teknoloji kullanımı hayatımızın önemli alışkanlıkları arasında yer almıştır. Ancak teknoloji tüketim alışkanlıklarının her yaştaki kullanıcı için çok fazla olumsuz sonuçlara yol açtığı bilinen bir gerçektir. Söz konusu olumsuz sonuçlardan biri de sağlık sorunlarıdır. Günümüzde Bilgisayar teknolojisiyle internetin

bulunması ile tüm dünyada kullanımı hızla yayılan Sosyal Medya ağlarının gün geçtikçe bağımlılık derecesine ulaşmış kullanıcılara sahip olduğundan söz edilebilir. Her yaşta kullanıcılarının olduğu bu sosyal ağların özellikle çocuklar üzerinde bir takım fiziksel etkiler bıraktığı bilinmektedir. Teknolojiyle içli dışlı olan çocuklar el bileği, parmak, göz, bel, baş, boyun ağrıları gibi fiziksel rahatsızlıklara maruz kalabilmektedirler. Bu ve benzeri olumsuz etkilerden dolayı ailelerin çocuğunun sağlığını korumak için dikkatli olmaları ve çocuğunu bazı hususlarda uyarmaları gerekmektedir (Aydeniz, 2012).

Dijital ortamlarda fazla vakit geçirmenin fiziksel aktivite konusunda da isteksizlik yarattığı ve günde 1 saatten fazla dijital ortamda vakit geçiren çocukların kilolarında, daha az vakit geçirenlere oranla artış olduğu ortaya çıkmıştır (Erdem, 2010). Bunun da obezite gibi hastalıklara ortam hazırladığı söylenebilir. Farklı bir kaynakta ise, söz konusu fiziksel etkilerin doğrudan sağlığı tehdit eden problemler olduğunu yetişkinler için bile potansiyel olan bu etkilerin, hele gelişmekte olan çocuklar için çok daha büyük riskler içerebileceği belirtilmiştir (<http://cocuklailgihersey.blogcu.com>). Bu konuda çocukların direkt olarak bir değerlendirme yapamayacakları için, anne-babaların dikkatli olmaları ve iyi gözlem yapmalarının önemli olduğu belirtilmiştir.

**2.1.4.2. Psikolojik etkiler ve internet bağımlılığı.** Erdem (2012) internet kullanımının çocuklar üzerinde oluşturacağı psikolojik etkileri ve internet bağımlılığını şu şekilde belirtmiştir: Yeni teknolojilerle birlikte beynimiz odak noktasını yeni teknolojik becerilere kaydırmakta ve bu becerileri kazanırken başka becerileri kaybettiğimizi de belirtmektedir. Örneğin yüz yüze bir sohbette karşıdaki kişinin mimiklerini ve beden dilini anlamak ya da bazı ifadelerin altındaki duygusal sebepleri bulmak gibi sosyal becerilerden hızla uzaklaşıyor olmak, bunun en başta gelen belirtileridir.

Özellikle ödev yapmak amacıyla çocukların internet kullanımının yaygın olduğu günümüzde, bu davranışın ne kadar doğru olduğu tartışma konusudur. Sanlav (2014), hızlı ve hazır bilginin kolaylıkla bulunabildiği bir ortamda internetin yaratıcılığı ve düşünme kabiliyetini körelttiğini belirtmiştir. Daha önceden öğrenilen bir bilgiyi hatırlamak yerine hemen internete başvurulduğu, hazır cevapların alınmaya çalışıldığı günümüzde Google'ın her gün toplamda 7, 2 milyar bağlantının bunun da arama motorlarının zihni işlevsizleştirdiğini iddia etmektedir. Bunun yanında internet bağımlılığının % 61 oranına kadar çıktığını belirten uzmanlar, interneti çok yoğun kullanan insanların depresif olma olasılığının 2,5 kat arttığını ve internetin yarattığı strese de dikkatleri çekmektedir.

Psikolojik bir sonuç olan internet bağımlılığının, kişinin içten gelen ve yenilmesi güç bir hissin etkisiyle interneti aşırı sıklıkla kullanması olduğu, kişinin kendini kontrol edememesi, yokluğunda ise, sinirli, karamsar ve içe dönük bir psikolojik hale dönerek günlük sıradan işlerini aksattığı belirtilmiştir (Shapira, 2003). Diğer bir psikolojik rahatsızlık ise, sosyal bir ağ üzerinde belli bir amaç olmadan aldatıcı, yıkıcı veya karışıklığa yol açacak davranış sergilemek olarak adlandırılan “troll”lerdir. Manitoba Üniversitesi’nde yapılan bir araştırmada troll’lerin bir tür kişilik bozukluğuna sahip oldukları belirtilmiştir (Sanlav, 2014). İnternetin bu olumsuz psikolojik etkilerine rağmen, olumlu etkileri konusunda da bazı bulgular mevcuttur.

Erdem (2012) çocukların internet kullanımlarının beyinde oluşturabileceği olumlu etkileri şöyle ele almıştır: Beynimizdeki nöral ağların oluşumunun ana rahminden itibaren, yaşadığımız süre boyunca devam ettiği, doğuştan dijital olan genç neslin aynı anda cep telefonu ile konuşurken, müzik çalarına müzik yüklemek, ödeviyle uğraşmak, bilgisayarda bir arkadaşıyla sohbet etmek gibi çok sayıda işi aynı beceriyle ve zorlanmadan yapabilmeye yeteneği kazanmıştır. Tüm bu işleri bir arada yapan genç kişinin beyni sinir hücrelerini harekete geçirerek yeni hücre bağlantıları oluşturmasını sağlamaktadır. Farklı beyin bölgelerinin iletişimin çeşitli türlerini kontrol ettiğini ve bu türlere tepki de vermektedir. Örneğin E-posta, bilgisayar oyunları, Google’da arama yapmak ya da diğer dijital teknolojik deneyimler aracılığıyla sinirsel ağlarımızı ve sinaptik bağlantılarımızı değiştirmek, bazı kavramsal becerilerimizi güçlendirmektedir.

Öte yandan aşırı internet kullanımı sonucu oluşan bağımlılığın bir hastalık olduğu konusunda psikiyatristler ve uzmanlar aynı fikirdedir. ABD’de bununla ilgili Pennsylvania’da ilk internet bağımlılığı hastanesinin kurulduğu ve burada bazı hastalara yataklı tedavi verilmektedir. Tedavi gerektiren hastaların şikâyetleri ise; internet başından ayırlamama, internete giremeyince kendini huzursuz ve boşlukta hissetme, sürekli bir şeyleri kaçırmış hissinin kapılma ve günlük yaşamını devam ettirememeye şeklindedir (Sanlav, 2014).

### **2.1.5. Kitle İletişimine Yönelik Kuram, Yaklaşım ve Modeller**

Araştırmanın temel sorunsalını oluşturan Sosyal Medya kullanımının yarar ve risklerinin neler olabileceğine ulaşmak için öncelikle Medya olgusunu ve hatta onu da içine alan kitle iletişim kuramlarını ele almak daha sağlıklı olacaktır. Aşağıda verilen kuramlar iletişim kuramlarıdır. Günümüz iletişim şeklinin en önemli parçası haline gelen



sosyal medyaya yönelik de temel oluşturmakla birlikte, sosyal medya kullanımı için de güçlü kuramlara ihtiyaç duyulmaktadır.

**2.1.5.1. Marshall McLuhann'ın global köy yaklaşımı.** Yaylagül (2014) eserinde Marshall McLuhann'ın Global Köy Yaklaşımı'nı şöyle açıklamıştır: Kitle iletişim araçları dünyanın evrensel büyüklükte iletişim açısından bir köye dönüşmüştür. Birbirine bağlanmış halde küçülen dünyada her tarafı görüntüler ve mesajlar kaplamıştır. Nasıl ki köylerde herkes birbirini tanıyor ve rahatlıkla iletişim kuruyorsa, dünyada da kitle iletişim araçları ile dünyanın her yerinden kısa sürede haberdar olmak artık mümkün olmuştur.

Baban (2012) ise, her yeni iletişim teknolojisinin hayatın organizasyon ve ritminin baştanbaşa değiştiği bir çevre yarattığına değinmiştir. Bu çevrede yeni iletişim teknolojileriyle en çok değişen varlık ise insan olmuştur. Çünkü ona göre teknoloji karşısında hepimiz robotuz. Nitekim bu da “yeni medya her şeyi değiştirir” tezini doğrulamıştır. McLuhann ve Powers'e göre, elektronik çağda insanlar kimliklerini kaybedeceklerdir. Onun Global Köy kitabına göre, ortada olan enformasyon ne ise, o enformasyon herkesin kullanımına açık olacak, herkes tarafından erişilebilir olacaktır. Bu kitapta ortaya koyduğu bir diğer önemli şey ise, yarattığımız her şeyin bizim uzantımız olmasıdır. Çünkü McLuhann insan eliyle oluşturulmuş tüm yapılar; dil, yasalar, varsayımlar, fikirler, aletler, giysiler ve bilgisayarlar ve tüm bunların insan bedeninin uzantısı olduğunu belirtmiştir. (Sönmez, 2013).

Yaylagül (2014) M. McLuhann'ın kitle iletişimiyle ilgili düşünceleri şu şekilde ele alınmıştır. İletişim ve kitle iletişim araçları McLuhan tarafından ikiye ayrılmaktadır.

- a) *Sıcak araçlar*; bireyin katılma imkânının çok az olduğu ve yalnızca tek bir duyusuna hitap ederler. Buna en güzel örnek fotoğraf, sinema ve radyodur. Çünkü bunlar sadece insanların görme ve işitme duyularına hitap ederler.
- b) *Soğuk araçlar*; bunlar bireyin birden çok duyusuna hitap etmenin yanında mesajı alan bireyin yüksek düzeyde katılımına da imkân tanır. Telefon, çizgi roman ve televizyon örnek olarak verilebilir.

**2.1.5.2. Propoganda/Uyarıcı-Tepki/Sihirli Mermi/Hipotetik İğne modeli (Harold Lasswel).** 19. Yüzyılda tüm dünyayı etkileyen kitlesel hareketlerinin oluşmasında (Faşizmin İtalya'da ve Almanya'da iktidara gelmesi, Rus İhtilali sonucunda SSCB'nin kurulması gibi) kitle iletişim araçlarıyla yapılan propogandanın büyük bir ikna gücü olduğu düşünülmüyordu. Chicago Üniversitesi'nde siyaset bilimi üzerine dersler veren Harold

Lasswel, siyasal iktidarın kamuoyu oluştururken sadece fiziksel güç kullanmış, aynı zamanda kamuoyu üzerinde büyük etki oluşturan kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır (Yaylagül, 2014).

Ona göre siyasal iktidarın kitle iletişim araçlarıyla yapılan propaganda karşısında kitle insanı eleştirel bir akıl ve bilgi birikiminden yoksundu. Tıpkı sürüleri yönlendiren çobanlar gibi, siyasal, ekonomik ve entelektüel çevreler, kitle iletişim araçları sayesinde yaptıkları propaganda ile kitleleri yönlendirebiliyorlardı. Bu yaklaşımla geliştirilen “hipodermik iğne”, “sihirli mermi”, “uyarıcı-tepki”ya da “propaganda modeli” olarak da bilinen bu modele göre, kuram, doğrusal bir nedensellik anlayışına dayanır (İnal, 2009).

Gönderici, ileti ve alıcının basit bir nedensellik ilişkisine dayalı olarak birbirinden yalıtıldığı bu modelde, göndericinin gönderdiği mesaj alıcı konumundaki bireylerin davranışını etkiler. Elitlerin kitle iletişim araçlarını kullanarak kitlelere gönderdikleri mesajların onlar üzerinde deri altına enjeksiyon yapan bir şırıngaya da sihirli bir mermi gibi doğrudan ve anında bir etkide bulunduğu bu yaklaşımın en önemli savlarından. Örneğin Nazi Almanya’sında bu algının oluşmasının sebebi olarak, iktidarda kaldıkları süre boyunca iktidara gelmek için Nazilerin kitle iletişim araçlarını faşizmin amaçları doğrultusunda etkin bir biçimde kullanmalarının gözlenmesi etkili olmuştur. Faşistlerin mesajları tıpkı bir enjeksiyon iğnesi gibi bir uyarıcı işlevi etkisi görüp, kitleleri anında etkiliyordu. Sadece siyasi çevrelerin değil ekonomik rant peşinde olan çevreler de bu tekniği kullanmışlardır. Nitekim görünüşte demokratik gibi görülen ABD gibi ülkelerde bile medya kitle kültürü ve popüler kültür ürünleri aracılığıyla izleyici kitlelerin en alt düzeydeki ortak beğenilerine hitap ederek, onları tüketici ve seçmen olarak yönlendirdiği de gözlenmiştir (Yaylagül, 2014).

**2.1.5.3. Gramsci ve “Hegemonya”(Antonio Gramsci).** Gramsci “nasıl oluyor da elit bir azınlık zora başvurmadan çoğunluğu kontrol edebilmektedir?” şeklindeki sorunsalı anlamaya çalışmıştır. Gramsci bu sorunsalın cevabının “hegemonya” kavramının anlaşılmasından geçtiğini belirtmiştir. Avuç içi kadar kapitalist nasıl oluyor da toplumu kendi çıkarları doğrultusunda yönetmekte ve yönlendirmektedirler. Bunun sebebi olarak bu grubun “devletin temel organları olan; din, okul, siyaset ve kitle iletişim araçlarını elinde bulundurmaları”olarak görüyor. Ayrıca hiçbir egemen gücün sadece güç kullanarak iktidarda kalmadığı belirtilmiştir. Egemen güç kendi dünya görüşünü ve düşünme biçimini toplumun bireylerine kabul ettirerek, “rıza imalatı” sağlamaktadır. Okul, din, medya gibi

kurumlar kişilerin düşüncelerini ürettiği ve buna süreklilik kazandırdığı yerlerdir (Yaylagül, 2014).

Şahin (2011) ise, “rıza imalatı” sağlayan en önemli kurumlardan olan medyaya karşı, Gramsci için bir duruş ve tavır olan “*karşıt hegemonya*” ile cevap verme şekline değinmektedir. Bu cevap, medyadan kaçarak veya sokaklarda bunu protesto ederek değil, ancak medyanın aktif bir üreticisi olarak verilebilir. Karşıt hegemonya oluşturmak için; a) medyanın bir hegemonya aracı olarak işlevini anlamak, b) Normal gördüğümüz ve karşısında sessiz kaldığımız durumlara karşı eleştirel bir bakış açısı geliştirmek, c) Karşıt hegemonya aracı olarak medyanın işlevini anlayabilmek şeklinde açıklamıştır. Bu da özellikle medya ve günümüzde sosyal medya iletilerini kavramamızda yararlı olabilecek eleştirel medya okuryazarlığı becerisinin gerekliliğini göstermektedir.

**2.1.5.4. Ekme kuramı (George Gerbner).** Pennsylvania Üniversitesi Annenberg İletişim Okulu eski dekanı olan George Gerbner tarafından geliştirilen bu kurama göre, televizyonun etkisi uzun dönemli olup bu etki azar azar, derece derece, dolaylı ancak süreçle gerçekleşir. Gerbner’e göre medyanın egemen değer ve tutumları ekmekte, bir başka deyişle insanları birbirine bağlayan değerleri yaymakta ve bu değerleri sürdürmektedir (Yaylagül, 2014). Yani Ekme Kuramının tezine göre, az televizyon izleyenlerle, televizyonu daha fazla izleyenler arasında dikkat çekici farklar meydana gelir. Televizyon karşısında çok vakit geçirmeyenler, bilgiye ulaşmak için gazete, dergi ve kitap okumak gibi farklı yolları da denerler. Gerbner’in çalışmalarına yön veren temel hipotez, kültürel imgelemeye yoğun olarak maruz kalmanın, izleyicilerin gerçeklik kavrayışına etki edeceği yönündedir (Batuş vd, 2006). Dolayısıyla Ekme Kuramı ile izleyicilerin düşünce, davranış, tutum ve değer yargılarında televizyonun etki derecesi açıklanmaya çalışılmıştır.

**2.1.5.5. Medya ve simülasyon (J. Baudrillard).** Baudrillard, simülasyonun evrenin bir caydırma evreni olup, sınırları içerisinde televizyonun gerçeğin ya da gerçekliğin bütününe görüntülere ve sözlere dönüştürerek gerçekliği teknoloji aracılığıyla etkisiz bıraktığını belirtmiştir (Batuş, 2005). Simülasyonun kelime anlamını Baudrillard, bir gerçeklikten yoksun olan, gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine, gerçekten ve fiili olarak var olan bir şeyi ya da durumu bütün birleşenleriyle birlikte gerçekmiş ve fiilen varmış gibi gösterme durumuna “*hiper-gerçek*” başka bir adıyla “*simülasyon*” şeklinde açıklamıştır (Baudrillard, 2003).

**2.1.5.6. Suskunluk sarmalı (Elisabeth Noel-Neumann).** Elisabeth Noel-Neumann tarafından geliştirilen bu kuramda, kişinin kendi düşüncelerinin toplumun egemen genel düşüncesinden farklı olduğu zaman, toplum tarafından dışlanmaktan korkması olarak tanımlanmıştır. Medya tarafından ele alınan konularda toplumun egemen görüşü yansıtılır ve çoğunlukla insanlar, bunlara karşı çıkmak ve bunların aksi görüşleri savunmak için yeterli gücü ve imkânları kendilerinde bulamazlar. Medyada sunulan görüşe katılmayan pek çok izleyici kendi görüşünü açıklayamamaktadır. Bunu dile getirmeye cesaret edenler ise toplum tarafından dışlanmaktadır. İnsanlar bu duruma maruz kalmamak ve dışlanmamak için sessiz kalmaya ve kendilerini güvende hissetmeye devam etmektedirler (Yaylagül, 2014). Dört öge arasındaki etkileşimle ilgilenen “Suskunluk Sarmalı Kuramı” şu esaslar üzerinde durmaktadır; kitle iletişimi, kişiler arası iletişim ve toplumsal ilişkiler, düşüncenin bireysel olarak açıklanması, bireylerin toplumsal çevrelerinde onları çevreleyen düşünce ortamı hakkında sahip oldukları algılama (McQuail ve Windahl, 1993). Bu kuramda gündem kurma ve kamuoyu oluşturma sorununun ele alınması insanların toplumda egemen düşüncelere uyarak izole olmaktan ve toplumsal yaptırımlara maruz kalmaktan kaçındığı fikri yatmaktadır. Suskunluk Sarmalı Kuramı beş temel varsayıma dayanır (Noelle-Neuman, 1997):

- 1) Sapkın bireyler toplumun dışlama tehdidine maruz kalırlar.
- 2) Bireylerde oluşan devamlı bir dışlanma korkusu oluşur.
- 3) Bireydeki dışlanma korkusu kişinin içinde bulunduğu düşünce ve algıları değerlendirmesini sağlar.
- 4) Kişi değerlendirme yaptıktan sonra fikrini açıklama ya da açıklamama davranışı gösterir.
- 5) Yukarıdaki dört varsayım birlikte değerlendirildiğinde, bunlar bir kamuoyu oluşumu, sürdürülmesi ve değiştirilmesinde büyük bir etkiye sahiptir.

**2.1.5.7. Riley ve Riley modeli (John W. Riley ve Mathilda White Riley).** John W. Riley ve Mathilda White Riley (1959) toplumsal grupların incelenmesinin iletişim faaliyetlerinin tam olarak anlaşılmasında büyük öneme sahip olduğunu belirtmişlerdir. Bu modelde dikkatleri çeken husus, iletişimin psikolojik ve kişisel bir süreç yerine toplumsal ve kurumsal bir etkinlik olarak görülmesidir. İletişim sürecinde toplumsal grupların azımsanmayacak bir önem taşıdığını belirtmiştir. Toplumun oluşturan birincil ve ikincil gruplar iletişim sürecinde mühim bir role sahiptir. Birincil grupları oluşturan aile, akrabalar

ve arkadaş grupları gibi aralarında yüz yüze ve samimi ilişkilerin bulunduğu insanlar; ikincil gruplar ise, insanların genellikle resmi ve hukuki ilişkide buldukları örgütsel kurum ve kuruluşlardır. Toplumsal gruplar, insanların sahip oldukları değer ve düşünce yargıları ile normları, gelenek, görenek ve düşünce sistemlerini düzenler ve şekle sokar. Birincil ve ikincil grupların ikisi de birey üzerinde oldukça etkili olup, bireyin sahip olduğu sistemleri şekillendirirler. Dolayısıyla bu geniş sosyal sistem kitle iletişim ve sosyal süreci etkiler (Yaylagül, 2014).

#### **2.1.5.8. Gündem belirleme modeli (Mxwell McCombs ve Donald L. Shaw).**

İnsanlar medya ile kurulmuş gündem vasıtasıyla olayların hangi önemde olduklarını öğrenirler. İzleyiciler, okuyucular ve dinleyiciler kitle iletişim araçları sayesinde sadece hem kendilerini ve toplumu ilgilendiren konuların neler olduklarını hem de kitle iletişim araçlarının bu olaylara verdikleri önemden dolayı bir soruna veya konuya ne kadar önem vereceklerini öğrenirler. Toplumda gündem olacak konuları kitle iletişim araçlarının önemseydiği konular oluşturacak, medyanın yok saydığı olaylar ise önemini kaybedecektir (Severin ve Tankard, 1992). Medyanın haberleri sunuş biçimiyle vatandaşın üzerinde kafa yorduğu ve konuştuğu konular bu kuramın temelini oluşturur. Buna göre medya, insanların çoğunun ne ile ilgili konuşacağına ve izleyicilerin algılarını, kuracağı gündemle etkiler. Gündem kurma araştırmaları medya içerikleri ile kamuoyunun düşündüğü konular arasındaki ilişkiyi gösterme bakımından halen işlevselliğini korumaktadır. Bu kurama göre insanlar için en önemli enformasyon kaynağı medya kabul edilmektedir (Yaylagül, 2014).

#### **2.1.5.9. Eşik bekçiliği modeli (D. M. White).**

D. M. White tarafından geliştirilen “Eşik Bekçiliği” modelinde medya mesajlarını belirleyen kişi olarak eşik bekçilerine dikkatler çekilmiştir. Medya kurumlarında haber üretim sürecinde neyin haber olacağına veya olmayacağına karar vermede “eşik bekçisi” kavramsallaştırmasının önemli olup, eşik bekçilerinin haber üretim sürecinin ilk aşamasında karar alan insanlar olduğu; haber kanalının eşiğinde yer alan bu insanlar, eşiği aşacak ve kanal aracılığıyla izleyiciye ulaşacak olan kendilerine haber olmak üzere gelen olayların seçimini yapan, hangi olayın hangi sırada ve ne süreyle haber olacağına karar veren kişiler olduğu belirtilmiştir (Yaylagül, 2014).

Eşik bekçileri çoğunlukla haber editörleri olup bu insanlar öncelikle, çalıştıkları kurumların gündemini belirlerler ve böylece toplumun gündeminin belirlenmesine katkıda bulunurlar (Mcquail ve Windhal, 1993). Dolayısıyla bu yaklaşım haber üretim sürecinin

birçok değişikenden etkilendiğini kabul etmez. Onun yerine haber seçimini sadece eşik bekçilerinin denetlediği tek bir eşik olduğunu; haber akışının sürekli ve demokratik bir şekilde bekçinin seçme işleminden geçtiğini belirtir. Kısacası medyanın vereceği mesajları belirlemede etkili olan bazı kişilerin olduğu ve bu kişiler gündemi belirler, toplumun dikkat etmesini istedikleri gündemleri, o kitleye ulaştırırlar.

**2.1.5.10. Bilgi eksikliği hipotezi.** Medya farklı farklı konularda insanlara sürekli olarak bilgi sağlayan bir kaynaktır. Bilgi ve eğitimin eğit bir şekilde paylaşılmadığı kapitalist toplumlarda, bazı kişiler daha iyi, daha nitelikli, daha uzun süre eğitim alırken, diğerleri niteliksiz, daha kısa süreli veya hiç eğitim olanaklarından yararlanmamış olabilirler. Ancak bu insanların da vatandaş olarak bazı hakları olup, yeri geldiğinde bu haklarını kullanma olanakları da vardır. Bilgi Eksikliği Hipotezine göre, medya yoluyla yayılan bilgiler aracılığıyla yüksek sosyo-ekonomik statüye dâhil olan ve dolayısıyla daha çok ve kaliteli eğitim almış olan insanlar, daha düşük sosyoekonomik statüdeki insanlara nazaran, verilen bilgiyi daha çabuk ve daha doğru bir şekilde alırlar (Yaylagül, 2014). Dolayısıyla medya herkesi bilgilendiriyor gibi gözükse de, gerçekte medyadan verilen bilgilerin herkese ulaşma niteliği arasında bazı farkların meydana geldiği söylenebilir.

**2.1.5.11. Yayılım, kabul, benimseme ve kullanım kuramları.** İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ABD, Üçüncü Dünya ülkelerini modernleştirmek ve demokratikleştirmek işini de üzerine almış olup; temel iddiası ise, “gelişmekte olan ülkeler” olarak tanımladığı üçüncü dünya ülkeleri bunlar günün birinde gelişecek, kalkınacak ve modernleşecektir. Bu ülkelerin kalkınması için yapılması gerekenler bu ülkelere, teknoloji ve gerekli çalışma alışkanlıkları ile modern tutum, değer ve davranışların kazandırılmasıdır. Bu süreçte medya, modernleşmek amacıyla insanlara okuryazarlık öğretecek, temel becerileri kazandıracak ve kişilerdeki empati duygusunu geliştirecek araçlar olarak görülmüştür. Ancak bunu takiben medyada yer alan reklamlar aracılığıyla bir tüketim kültürü yaratıldı ve sosyal hayatta memnuniyetsizlikler, kutuplaşma, şiddet olayları baş göstermiştir. Bu süreçte kitle iletişim araçlarına büyük önem verilmiş olup, bu araçlarla geleneksel değerlerin egemen olduğu toplumlara modern tutum ve değerlerin aktarılması amaçlanmıştır (Yaylagül, 2014).

**2.1.5.12. Yeniliklerin yayılması modeli (Rogers ve Shoemaker).** Rogers ve Shoemaker tarafından geliştirilen ve “Yeniliklerin Yayılması Modeli” olarak adlandırılan

bu modellerle kırsal yerlerde yaşayan ve geleneksel, muhafazakâr tutum ve değerlere sahip kişilerin yenilikleri öğrenmesi ve modern tutum ve davranışları alması hedeflenmiştir. Bu modele göre yenilikler dört aşamadan geçerek yayılmaktadır. Bunlar: *a) bilgi aşaması, b) ikna aşaması, c) karar aşaması ve d) onaylama aşaması* şeklindedir. Yeniliklerin yayılmasında bilgi basamağından önce kişinin sahip olduğu kişilik özellikleri, toplumsal özellikler ve yeniliğe duyulan ihtiyaç gibi etkenler önemlidir. İkna basamağında ise, yeniliğin algılanan nitelikleri baş gösterir. Örneğin yeniliğin kişiye sağlayacağı kısmi avantaj, uygun olup olmaması, yeniliğin karmaşıklık ve denenebilirlik derecesi bunun dışında gözlenebilirlik derecesi gibi faktörler önemlidir. Karar aşamasında birey yeniliği ya kabul edip bunda süreklilik gösterir ya da yeniliğin tatminsizlik oluşturması sonucu kararını değiştirir. Bireyin karar aşamasında yeniliği reddetmesi durumunda sonraki süreçte ya yeniliği benimser ya da sürekli reddeder (McQuail ve Windhal, 1993).

**2.1.5.13. Teknoloji kabul modeli (Davis).** Sebepli Davranışı Kuramını temel olarak teknolojinin yayılım ve benimsenme sürecini etkileyen faktörleri ortaya koymak için Davis'in (1989) geliştirdiği "*Teknoloji Kabul Modeli*" Sebepli Davranış Kuramı'ndaki gibi davranışı belirleyen niyet ve niyeti belirleyen tutum yapıları olduğunu varsayar. Ancak Teknoloji Kabul Modelinde, kuramsal ve deneysel psikometrik statülerin net olmamasından öznel normlar niyeti belirleyen bir faktör olarak alınmamış ve teknoloji kabul modelinin en önemli iki temel yapısı kullanım kolaylığı ve yarar algısı şeklinde açıklanmıştır (Davis, 1989). Burada belirtilen Yarar Algısı kişinin bir yeniyi kullanarak performansının artacağına inanması; kullanım kolaylığı ise, kişinin bir yeniliği çaba harcamadan kullanabileceğine ilişkin algısıdır. Teknoloji Kabul Modeli'nde amacın en önemli belirleyicisi algılanan fayda olarak bulunmuş olup, bireyin yeniyi kolay kullanabilmesinin ona aynı zamanda yararlı olarak algılanmasını sağlayacağından kullanım kolaylığının aynı zamanda yarar algısını da etkileyeceği belirtilmiştir (Mazman, 2009).

**2.1.5.14. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı (Jay Blumler ve Elihu Katz).** İnsanların medyayı kullanarak elde etmiş olduğu doyumunu sistematik olarak inceleyen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, insanların medyadan nasıl yararlandıklarını ele alır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı işlevselci paradigmadan JayBlumler ve Elihu Katz tarafından geliştirilmiştir ([www.ciadvertising.org](http://www.ciadvertising.org)). Elihu Katz'ın 1959'da yayınlanan bir makalesinde ilk defa Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açık olarak ele alınmıştır. İletişim araştırmalarının daha çok ikna konusuyla ilgilendiğini ve "*Medya insana ne yapıyor?*"

sorusuna yanıt aradıklarını ele alan Katz, makalesinde en başta sorulması gereken sorunun “*insanlar medya ile ne yapıyor?*” sorusu olduğunu belirtmiştir (Tekinalp & Uzun, 2004). Temelinde izleyicilerin medyadan gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimler dizgesi inancı yatmaktan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’nın, izleyicinin, en azından gönderici kadar etkili olduğunu varsaymakta ve iletinin göndericinin niyet ettiği şey değil, izleyicinin verdiği anlam olduğunu öne sürmektedir (Berger, 1996, Lull, 2001, Fiske, 2003, Akt. Akçay, 2011). Bu yaklaşımın bir kullanıcı kitlesi ve onun doyuma ulaşma sürecini ele aldığından, medya ve izleyicisi arasında gerçekleşen etkileşimin anlaşılması için, bu süreci anlamak önemlidir. “İzleyici” olgusuna vurgu yapılan bu yaklaşımda, daha önceki iletişim kuramlarına nazaran çok daha olumlu, psikolojik ve toplumsal şekilde tanımlanması zorunlu bir izleyici imgesi sunmaktadır (Mutlu, 2004).

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına yönelik araştırmaların çoğu 1960 ve 70li yıllara dayanmaktadır. Farklı araştırmalara rağmen ortak özellikleri, insanın toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları olduğu ve bu ihtiyaçları doyumak için medya içeriklerine yönelik arayışlarda buldukları ve insanların belirli medya içeriklerini tüketerek ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri belirtilmiştir. Örneğin belli bir televizyon programını izlemek izleyicinin eğlence ihtiyacını doyuma ulaştırırken, bilgiye gereksinimi olduğunu düşünen izleyici kitap ya da makale okuyup, bilgi ihtiyacını doyuma ulaştırabilir. İlk dönem etki araştırmalarının aksine bu yaklaşım izleyici ve tüketicileri pasif konumdan çıkararak onlara belli bir düzeyde aktiflik yükler (Yaylagül, 2014). İzleyici, bu doyumunu sağlamak için ortamı kendisi belirlemektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre kitle iletişim araçları da diğer ortamlarla rekabet halindedir. Kitle iletişim teorileri içinde Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı insanların hangi gereksinimlerle kitle iletişim araçlarını kullandıklarına ve kitle iletişim araçları arasındaki seçimi belirlemeye dönük bir yaklaşımdır. Kars (2003) izleyicilerin kitle iletişim araçlarından sağlamayı bekledikleri doyumları aşağıdaki gibi sıralamıştır:



Tablo 2.1.

*İzleyici Doyumları*

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eğlendirme,</li> <li>• Otorite figürünün yüceltilmesi veya küçültülmesi,</li> <li>• Güzelin denenmesi,</li> <li>• Deneyimlerin paylaşılması,</li> <li>• Merakın tatmini,</li> <li>• Bilgilenmek,</li> <li>• Dalgınlık ve oyalanma,</li> <li>• Duygu katılımının deneyimlenmesi,</li> <li>• Başkalarının hatasını görmek,</li> <li>• Düzenin dünyaya verdiği rahatsızlığı görmek,</li> <li>• Tarihe katılmak,</li> <li>• Hoşa gitmeyen duygulardan arınmak,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aşk, nefret, korku ve üzüntü gibi uç duyguların kontrolü durumundaki deneyim,</li> <li>• Taklit edilecek modeller bulmak,</li> <li>• Özdeşleşme,</li> <li>• Dünya hakkında bilgi edinmek,</li> <li>• Adalet inancının pekişmesi,</li> <li>• Romantik aşka inanmak,</li> <li>• Mucizelere inanmak</li> <li>• Taklit edilecek modeller bulmak</li> <li>• Cezalandırılmadan tabuları araştırmak,</li> <li>• Çirkinin denenmesi,</li> <li>• Ahlaki, ruhsal ve kültürel değerleri onaylamak,</li> <li>• Kötüleri eylemde görmek</li> </ul>
--	--

McQuail (2005) de medya kullanımının arkasında izleyicilerin ihtiyaçları, istekleri ve motivasyonlarının yattığını belirtmekte olup, bu ihtiyaç ve motivasyonları şu şekilde sıralamıştır:

- Enformasyon ve tavsiye elde etmek,
- Kişisel güvensizliği azaltmak,
- Toplum ve dünya hakkında bilgiler öğrenmek,
- Kendi değerlerine destek bulmak,
- Kişinin kendi yaşamına anlam katması,
- Başkalarının problemleriyle empati kurmak,
- Sosyal temas için temel edinmek,
- Sosyal temas için yedekleme sağlamak,
- Kendini başkalarıyla bağlantılı hissetmek,
- Problem ve dertlerden kaçmak,
- Hayali bir dünyaya giriş sağlamak,
- Zaman doldurmak,
- Duygusal rahatlama yaşamak,
- Günlük rutinelere bir yapı kazandırmak.

Yukarıdaki ihtiyaçların birçoğu sosyal ve psikolojik kökenlere dayanmaktadır. Bilgi, rahatlama, arkadaşlık, eğlence veya kaçış olarak ele alınabilmekte, belirli bir medyanın ve medya içeriklerinin izleyicileri, bu genel güdüsel türlere göre sınıflamaktadır. Ayrıca kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının, bireylerin de medyayı kişisel rehberlik, rahatlama, uyma, bilgi ve kimlik tesisi gibi amaçlar için kullandığı, ön koşul olarak varsayıldığı

belirtilmektedir (McQuail, 2005). Kişileri sosyal medya kullanımına yönelten birçok çekici nedenin olması, beraberinde aşırı sosyal medya kullanımını ve hatta bağımlılığını getirmektedir.

**2.1.5.15. Bağımlılık kuramı (M. L. de Fleur ve S. J.).** Bu kuram kitle iletişim kuramlarının küçük düzeyde çözümlenmelerle kısıtlı kalması ve insanların kitle iletişim araçlarına kitlesel seviyedeki bağımlılıkları üzerinde durmamasından dolayı M. L. de Fleur ve S. J. tarafından geliştirilmiştir. Kuramda “kitle iletişiminin niçin kimi zaman çok güçlü ve dolaysız, kimi zaman da dolaylı ve oldukça zayıf etkide bulunduğu” sorunsalının cevaplanmaya çalışıldığı bu kuram “iletişim araçlarına bağımlılık kuramı” olarak da adlandırılmaktadır. İletişim araçlarına bağımlılıkların belirleyicisi olarak toplum, iletişim araçları ve izlerkitlenin üçlü ilişkisini vurgulayan bağımlılık kuramı bu yönüyle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından ayrılır (Mutlu, 2012).

Bu kurama göre McQuail ve Windahl (1993) bireyler, toplumda neler olduğunu öğrenmek için kitle iletişim kaynaklarına daha çok bağlanmaktadır. Model, üç temel öğenin birbiriyle karşılıklı ilişki içinde olduğunu varsayar. Bu öğeler; kitle iletişim araçları, toplum ve izleyici şeklindedir. Bu ilişki toplumdaki topluma ya da izleyicilerin niteliğine göre farklılaşabilir. Örneğin, bazı toplumlarda, toplumun kitle iletişim sistemleri üzerinde disiplinli bir denetim mevcuttur. Başka toplumlara bakıldığında kitle iletişim araçlarının toplumu etkileyen daha fazla gücü olabilir. Yani her zaman ve her koşulda aynı şekilde işleyen bir sistem söz konusu değildir. Bu kuram ayrıca kitle iletişim araçlarının, kişisel veya grup eylem seviyelerinde olduğu gibi toplumsal düzeylerde de idame ettirme, değişme ve çatışma süreçlerine katılan, bu süreçlerde hayati öneme sahip enformasyon sistemleri olarak değerlendirilmesinin mümkün olduğunu kabul eder.

## **2.1.6. Sosyal (Yeni) Medya Kavramı ve Tarihçesi**

Teknolojinin gelişmesi ve hayatlarımıza dâhil olmasıyla birlikte insanların hayatlarında yeni bir kavram olan “Sosyal Medya” diğer adıyla “Yeni Medya” ortaya çıkmıştır. Gelişen teknolojinin aracılığıyla, evlerden işyerlerine, bilgisayarlardan telefonlara kadar yayılan internet teknolojisi, sosyal medyanın kişiler tarafından her daim kullanıldığı ve takip edildiği bir mecra haline gelmesine neden olmuştur. Bu suretle denilebilir ki hiç bir teknolojik buluş yaşam biçimini, bireylerin bilinçlenmesini ve toplumsal davranışlarını bu denli etkilememiştir. İletişim araçlarındaki gelişmeler bilim,

eğitim, sanat ve ticaret alanlarındaki etkinliğin sınırlarını büyötmüştür. Bu alandaki gelişim en belirgin olarak kendini kitle iletişiminde göstermiştir (Cüceloğlu,1982) Bunun en net örneği ise internet ve sosyal medyadır.

Sosyal Medya'nın tarihsel süreci içindeki varlığı 1979'da Jim Ellis ve Tom Truscott tarafından kurulan Usenet ile başlamıştır. Dünya bütün internet kullanıcılarına mesaj atma imkânı sunan Usenet, bir tartışma platformudur. Sosyal Medya'nın günümüzdeki kullanımı anlamında ortaya çıkışı ise, 1989 yılında Bruce ve Susan Abelson öncülüğünde kurulan ve çevrimiçi günlük yazan kişileri bir arada toplayan "Open Diary Web" sitesi ile gerçekleşmiştir. "Weblog" kavramı da aynı sene içinde ortaya çıkmış ve bir sene sonrasında blog yazarlarının "Weblog" terimini "we blog" (Blogluyoruz) şeklinde kullanması ile blog kavramı oluşmuştur. İnternet hızının gittikçe gelişmesi ve geniş bant servislerinin artması ile MySpace (2003) ve Facebook (2004) gibi yeni sosyal ağ siteleri kurulmuştur. Sosyal medya oluşma aşaması bu şekilde gelişerek (Kaplan ve Haenlein, 2009), 2004 ve sonrasında internet kullanıcıları MySpace, Facebook, Twitter ve Bebo gibi sosyal ağları daha sıklıkla kullanılır hale getirmiştir.

Sosyal medya adı ilk kez San Francisco merkezli Guidewire Group'un kurucu ortaklarından olan Chris Shipley tarafından kullanılmıştır. "Online" olarak iletişime ve bilgiye olanak sağlayan, katılımı ve işbirliğini destekleyen araçların tümünü içeren (Aslan, 2011) sosyal medya kavramı bloglar, microbloglar, wikiler, sosyal ağlar, sanal dünyalar, sosyal imleme siteleri, medya paylaşım siteleri vb. teknolojik ağlardan meydana gelmektedir. Sosyal medya kavramının genel kabul görmüş bir tanımı bulunmamakla birlikte bazı çalışmalarda Web 2.0 ile sosyal medya birbirleri yerine kullanılmaktadır. Bazı çalışmalarda ise bu iki kavramın farklılığına vurgu yapılmıştır. Sosyal medya genel anlamda Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulmuş olup, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri olarak tanımlanabilir. Web 2.0, teknolojik boyutu vurgulanarak tanımlanırken, sosyal medya, sosyal boyutu ve kullanımı ile ön plana çıkmıştır. (Akar, 2010). Diğer bir tanım da ise sosyal medyanın kullanıcılarının birbirleriyle bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaşarak, etkileşim kurmalarını sağlayan çevrimiçi araçlar ile web sitelerini içermekte olup, aynı zamanda teknolojiyi, sosyal girişimciliği kelimeler, resimler, videolar ve ses dosyalarıyla birleştiren genel bir kavramdır (Onat, 2010).

Sosyal medya ağlarının etkinliğini geliştirdikleri süreç ise şu şekildedir (<http://iletisimblog.blogspot.com>): İnternete erişimin sınırlı olduğu ve çoğumuzun internet kullanmadığı ilk zamanlardaki sitelerin birçoğu sadece sahiplerinin girdiği içerikten ibaret

olup, yorum bile yapılamayan sitelerdi. Sonrasında bazı sitelerin yorum yapılabilme özelliği ile kullanıcılar internette interaktif bir sürece ilk adımlarını atmış oldular. 1999'da ortaya çıkan Blogger, ekşi sözlük gibi sitelerle kullanıcılar artık kendi içeriklerini internet ortamına aktarabilmeye başladı. Blogger ve ekşi sözlükten sonra pek çok blog ve sözlük sitesi açıldı. 2001'de açılan Vikipedi'nin içeriği ise, internet kullanıcıların katkıları ile doldurulmuş olup, şu anda dünyanın en büyük internet sitelerinden biri haline gelmiştir. Blog ve internet siteleri çoğalınca ortaya sosyal imleme siteleri, bloglar ve diğer sitelerdeki içerikleri kategorilendirmeye, kaliteli içerikleri listeleme imkânı sunmuş olup, bu siteler kullanıcıların katkılarıyla gelişmiş olan sitelerdir. Takip eden süreçte Sosyal imleme siteleri ile hızlı paylaşımın ilk adımları atılmıştır. Nitekim 2002'de Myspace kendi üzerinde blog, hızlı paylaşım ve arkadaşlık üçlüsünü birleştirerek günümüzde kalıplaşmış sosyal ağ sitesi profiline ilk örneklerini vermiştir. Tarihler 2003-2004 yıllarını gösterdiğinde ise, fotoğraf paylaşım siteleri ortaya çıkmaya başlamış, Sosyal medya paylaşımının büyük bir kısmı fotoğraflardan oluşur hale gelmiştir. Fotoğraf paylaşım sitelerinden Photobucket ve Flickr kullanıcıların, kendi çektiği resimlerini sisteme yüklemelerine ve web ortamında albümlerini oluşturabilmelerine fırsat vermiş böylelikle Sosyal medyadaki en çok görsel içeriğin üretildiği platformlar da meydana gelmiştir. İnternette en çok vakit harcanan site olarak bilinen Youtube'un 2005 yılında yayına girmesi ise, video paylaşımının başlangıç noktası olup, paylaşılabilen video içeriğinin ilk ve en büyük kaynağını oluşturmuştur. En çok üyeye sahip olan ve en çok kullanılan sosyal mecra olan Facebook 2004 yılında kurularak, zamanla Sosyal medyanın gövdesi halini almıştır. Çevirim dışı ve çevrimiçi ortamı diğer bir deyişle gerçek ve sanal dünyayı birbirine bağlayan Facebook, kullanıcılarının gerçek isimlerle üye olma zorunluluğu getirerek kullanıcıların metin, fotoğraf ve video paylaşımlarının merkezi haline gelmiştir. Bu sürecin devamında Sosyal medyanın şu an geldiği en son nokta olan Twitter'ın ortaya çıkmasıyla 3G teknolojisinin getirdiği hız ile bir olayın, konunun birkaç saat içinde ülke ve dünya gündemine gelmesine imkân sağlayabilen, iletişimin en hızlı olduğu sosyal mecra da ortaya çıkmıştır. Twitter'da anlık mesaj iletisi, anlık fotoğraf paylaşımı yapılmakta iken, ortaya çıkan bir diğer Sosyal medya aracı olan Vine ile anlık video paylaşımı da yapılmaya başlanmıştır. Google kullanıcıların kişisel bilgilerini elde ederek, yapılan arama sonuçlarında kullanıcıların kendilerine özel sonuçlar sunmayı hedefleyen aynı zamanda Facebook ve Twitter özelliklerini birleştiren Google Plus'ın ortaya çıkması ise, önümüzdeki semantik web çağının en büyük oyuncularından biri olmaya aday olduğunu göstermektedir. Facebook ve Google'ın ileride Sosyal medyanın en güçlü iki oyuncusu

olacağı ve sosyal medya pazarlamasının da bu iki mecra üzerinden gelişeceği düşünülmektedir. Önümüzdeki zaman dilimlerinde çevrimdışı yaptığımız hemen birçok şeyin çevrimiçi ortama taşınacağı, çevrimiçi kalmak için ise masaüstü, diz üstü bilgisayarlara hatta tabletlere ve akıllı telefonlara olan mahkûmiyetin yeni geliştirilen araçlarla sona ereceği düşünülmektedir. Buna göre eğitim, sağlık muayenesi gibi faaliyetler çevrimiçi ortama taşınacaktır.

Sosyal medya tüm dünyada hızlıca fenomen olmuş, toplumun her yaş gurubundan gencinden yaşlısına herkesin bildiği bir kavram haline gelmiştir. Sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın mümkün olduğu bir insanî iletişim türüdür. Genel olarak bireylerin internette birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve yaptığı paylaşımlar sosyal medyayı oluşturur. Sosyal medyayı sosyal ağlar ve toplu gruplar oluşturur. Bu ağlarda insanlar, kurumlarını tanıtır, arkadaş ilişkileri kurar, ürün servis, fikir ve nesnelerin içeriğine yönelik bağlılık gösterirler (Vural ve Bat, 2010) Sosyal medya ile ilgili evrensel anlamda bir değerlendirme yapıldığında aşağıdaki bilgilerle karşılaşılmaktadır (Vural ve Bat, 2010):

- İnternette sosyal medya kullanımı porno siteleri kullanımını geride bırakmıştır.
- Twitter'ın bir önceki yıl için büyüme oranı: %1.500.
- Dünyada her üç kişiden ikisi sosyal ağları ziyaret etmektedir.
- Her gün Youtube'ta 100 milyon video izlenmekte ve her dakika 20 saatlik video yüklenmektedir.
- Her gün Facebook üzerinde 8 milyar dakika geçirilmekte ve 285 milyon yayın içerik paylaşılmaktadır.
- Facebook 350 milyon aktif kullanıcısı ile Çin ve Hindistan'dan sonra dünyanın en kalabalık 3. ülkesi , 307 milyon üyesi ile YouTube ise Çin ve Hindistan'dan sonra 3. en kalabalık ülke olurdu.
- Açıldığı günden bu yana Twitter'a 6.7 milyar tweet gönderildi.
- İnternet kullanıcılarının sadece % 65.1'i e-posta kullanmakta, sosyal ağları kullananlar ise %68'dir.
- 14 milyondan fazla kullanıcıyla Türkiye Facebook'ta en aktif 3. Ülkedir.
- Friendfeed'in Dünya'da en popüler olduğu ülke Türkiye'dir.
- Türkiye, Avrupa'nın internette en çok zaman geçiren ülkesi durumundadır.

Sosyal medyanın başta gelen özelliklerinden biri, kişilerin kendilerini başkalarına açık bir şekilde internet yoluyla ifade edebilmesidir. Bireyler kullandıkları siteler yoluyla

profillerini oluşturmakta ve bunlara dayanarak iletişimde bulunabilmektedir. Yine bu profiller yardımıyla diğerlerini beğenmekte ve etkileşimde bulunmaktadırlar. Dolayısıyla sosyal medya popülerliğini kullanıcıya göre özelleşebilmesine borçludur (Hazar, 2011). Sosyal medya, çevrimiçi medyanın yeni türlerinden oluşan ve aşağıdaki özelliklerin birçoğunu veya tamamını paylaşan bir grup olarak da ele alınmaktadır bunlar (Mayfield, 2008):

- *Katılım:* Sosyal medya, ilgilenen herkesi geribildirim ve katkıları konusunda yüreklendirmenin yanında medya ve izleyici arasındaki çizgiyi daha da bulanık şekle sokmaktadır.
- *Açıklık:* Birçok sosyal medya hizmeti geribildirime ve katılıma açıktır. Bilgi, oylama ve yorum konusunda yüreklendirici olup, giriş yapabilmek ve içeriği kullanabilmek için neredeyse hiçbir engel bulunmamaktadır.
- *Diyalog:* Geleneksel medya, içeriğin izleyiciye iletiildiği ve dağıtıldığı bir “yayın” meselesi iken, sosyal medya çift yönlü iletişime olanak tanıyan bir yapı bulunmaktadır.
- *Topluluk:* Sosyal medya, toplulukların hızlıca biçimlenmelerine ve etkili bir şekilde iletişim kurmalarını sağlayarak; topluluklar, fotoğraf, TV programı, eğitim ya da politika gibi ortak ilgi alanlarını paylaşabilmektedirler.
- *Bağlantılılık:* Sosyal medyanın birçok ağı, başka sitelere, kaynaklara veya insanlara link vererek, bağlantılı olma durumu ile gelişmekte ve zenginleşmektedirler.

Özellikle Facebook’un kurulması ile sosyal medya dünya genelinde büyük bir patlama yaşamıştır. Facebook kısa sürede, dünya çapında en fazla ziyaret edilen ve en çok üyesi bulunan sitelerin başında yer almıştır. Günümüzde Facebook kullanıcılarının çoğu, değerli bilgilerini Facebook kullanıcıları hepsi ile paylaşabilme cesaretini gösteriyor. Facebook’ta başlayan bu gelenek şirketlerin birçoğunun da ilgisini çekerek, bu mecraaya olan reklam yatırımlarının artmasını sağlamıştır. Reklam yatırımları arttıkça, Facebook’a rakip veya Facebook’u tamamlayıcı pek çok sosyal ağ ortaya çıktı. Başta internet devi Google tarafından hayata geçirilen Google Plus projesi şu anda Facebook’un en ciddi rakibi durumundadır. Bunun yanı sıra bir mikro blog sitesi olan Twitter, Facebook’un tam anlamı ile rakibi olamayacak olsa da, pek çok sosyal medya kullanıcılarını kendisine bağlamayı başarmıştır (<http://sosyaling.com>).

Clear Swift yetkililerinin 2007 yılında sosyal medyanın kullanım genişliğini tanımlamak amacıyla yaptıkları araştırmada ulaştıkları sonuçlara göre (Vural ve Bat,

2010); Amerikan çalışanlarının %83'ü ofis araçlarını sosyal medyaya ulaşmak için kullanmakta olup, ofis çalışanlarının %30'u ve Birleşik Krallık'taki ofis çalışanlarının %42'si işle ilgili konuları sosyal medya uygulamaları aracılığıyla konuştuklarını itiraf etmiştir. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya, Güney Kore, Hollanda ve Finlandiya gibi ülkelerde yapılan araştırmalar medya, “*Var olmak*” terimi doğrultusunda bilgi toplumu ve iletişim teknolojilerine devamlı olarak maruz kalma sonucunda değişmiş; yeni anlamlar kazanmıştır. Medyada aktif olarak geçirilen zamanın giderek çoğaldığı medyanın günlük hayatımızın bir parçası haline geldiği sonucuna ulaşılmıştır (Deuze, 2011). İnternetin yaygın, kolay ve ucuz maliyetle haberleşmeyi sağlaması, işverenlerin de interneti ve sosyal medyayı haberleşmek adına kullanmalarına sebep olmaktadır. Dolayısıyla bu araştırma sonucu da gösteriyor ki sosyal medya sadece kişisel alanda değil, iş yaşamında da sıkça tercih edilmektedir.

### 2.1.7. Sosyal Medya Türleri

Sosyal medya araçları geniş bir perspektif içinde kendine yer bulmaktadır. Çünkü Sosyal ağlar, kişilerin bilgi alışverişinde bulunmasına imkân sağlayan web temelli en önemli hizmetlerdendir. Sosyal ağlarla ilgili sayısal verilere bakıldığında büyük önem arz eden rakamlarla karşılaşılmaktadır (Lenhart ve Madden, 2007):

- Üniversite öğrencilerinin % 82'si ve 19 yaşından küçüklerin %55'i sosyal ağları kullanmaktadır.
- 13-19 yaş arasının %28'inin blogu mevcuttur.
- İnternet kullanıcılarının %28'i etiketlenmiş veya fotoğraf, yeni hikaye ya da blog mektupları gibi çevrimiçi içeriklerine göre sınıflandırılmışlardır.
- İnternet kullanıcılarının %48'i YouTube gibi video paylaşım sitesi kullanmaktadırlar.

Bu siteler insanların kişisel web sayfası oluşturmalarını ve arkadaşlarıyla içerik ve bilgi paylaşımı için bağlantı kurmalarını sağlamaktadır. En büyük sosyal ağlar MySpace, Facebook ve Bebo'dur.

Tablo 2.2

*Çeşitli sosyal medya araçlarının sınıflandırılması (İşlek, 2012, 23)*

<b>(ICrossing, 2008)</b>	Sosyal Ağlar (Myspace, Facebook) Bloglar Wikiler (Wikipedia) Podcastler (Apple iTunes) Forumlar İçerik Toplulukları (Flickr, YouTube) Microbloglar (Twitter)
<b>(Weinberg, 2009)</b>	Sosyal Haber Siteleri (Digg, Reddit) Sosyal İşaretleme Siteleri (Delicious, Stumble Upon) Sosyal Ağlar (Facebook, Myspace, LinkedIn) Diğer İçerik Paylaşım Siteleri (Podcast, YouTube, Flickr)
<b>(Zarella, 2010)</b>	Bloglar Twitter ve Microblogging Sosyal Ağlar Medya Paylaşımı Sosyal Haberler ve Etiketleme Oylama ve Değerlendirme Siteleri Forumlar Sanal Dünyalar
<b>(Carabiner, 2009)</b>	Sosyal Ağlar (Facebook, Orkut) Profesyonel Ağlar (LinkedIn, Plaxo) Bloglar İşaretleme Siteleri (Delicious) Video Paylaşım Siteleri (YouTube, Yahoo! Video) Bilgi Paylaşım Siteleri (Wikipedia) Özel Sosyal Ağ Kurma Siteleri (KickApps, Ning) İnteraktif E-Ticaret Siteleri (eBay, Amazon.com)
<b>(Safko, 2010)</b>	Sosyal Ağlar Yayıncılık (Bloglar, Wikiler) Resim Paylaşımı (Flickr) Ses Paylaşımı (Podcastler) Vide Paylaşımı (Vlog, YouTube) Microblogging (Twitter) Canlı Yayıncılık (Justin.Tv) Sanal Dünyalar (Second Life) Oyun Siteleri (World of Warcraft) Verimlilik Uygulamaları (BitTorrent, SurveyMonkey) Toplayıcılar (Digg, FriendFeed) RSS (Atom, Google FeedBurners) Arama (Technorati) Mobil Sosyal Medya (Akıllı Telfon Uygulamaları) Kişilerarası (Skype, Apple iChat)
<b>(Kaplan ve Haenlein, 2009)</b>	İşbirlikçi Projeler (Wikipedia, Sosyal İşaretleme Siteleri) Bloglar İçerik Toplulukları (YouTube, SlideShare) Sosyal Ağlar (Facebook) Sanal Oyun Dünyaları (World of Warcraft) Sanal Sosyal Dünyalar (Second Life)
<b>(Mangold ve Faulds, 2009)</b>	Sosyal Ağ Siteleri (Myspace, Facebook) Yaratıcı Çalışma (Video, Resim, Müzik, Birlikte Oluşturulmuş İçerik, Ortak Entelektüel Birikim) Paylaşım Siteleri (YouTube, Flickr, Jamendo, Piczo, CreativeCommos) Kullanıcı Sponsorlu Bloglar (Apple Blogu, CNet.com) Şirket Sponsorlu Bloglar (Vocalpoint) Şirket Sponsorlu Olay /Yardım Siteleri (click2quit.com) Davetiye ile Kabul Eden Sosyal Ağlar (ASmallWorld.net) İş Ağı Siteleri (LinkedIn)



	İşbirlikçi Web Siteleri (Wikipedia) Sanal Dünyalar (Second Life) Ticaret Toplulukları (eBay, Amazon.com, Craig'sList) Podcastler (Apple iTunes) Eğitim Materyalleri Paylaşımı (MIT Open Course Ware) Açık Kaynak Program Toplulukları (Linux.org) Sosyal İşaretleme Siteleri (Digg, Reddit, Delicious)
(Akar, 2010)	Bloglar Mikroblogging Wikiler Sosyal İşaretleme Medya Paylaşım Siteleri Podcasting Online Sosyal Ağlar ve Sosyal Ağ Siteleri Sanal Dünyalar

**2.1.7.1. Blog (İnternet Günlüğü).** Blog, ileti olarak adlandırılan kısa makaleleri herkesin kolayca yayınlamasına fırsat sunan bir tür içerik yönetme sistemidir. (Zaralle, 2010). Blog kavramının ortaya çıkması bir süreç dâhilinde oluşmuştur. 1997 yılında “Weblog” sözcüğü kullanılmaya başlanarak, “Web” ve “log” kelimelerinden oluşan bu yeni sözcük “ağ” içerisinde “günlük” tutmayı nitelemekte olup, daha sonra “Weblog” kelimesi “we blog” yani “blogluyoruz” şeklinde kullanılmaya başlanmış ve kullanıcılar artık kendilerini blog yazarı olarak adlandırmışlardır. Böylece, internet üzerinde tutulan günlüklere “blog”, bu işi yapmaya “blogging”, bu işi yapanlara ise “blogger” denilmeye başlanmıştır (Zarella, 2010).

Blog, genellikle teknik bilgi gerektirmeksizin, kişilerin kendi istedikleri şeyleri, istedikleri gibi yazabildiği insanların meydana getirdiği web siteleri olup, bunların birçoğu kişinin kendi keyfine göre tasarlanmış ve içerikle donatılmış internette yayınlanan ekran veya sayfalar şeklindedir. Bir çeşit günlük veya rehber olan bloglar, çoğunlukla insanların hayatlarında olup bitenlerle, internette konuşulanların harmanlanmış halidir (Telli Yamamoto ve Şekeroğlu, 2014). Blog, sosyal olarak kullanıcılarını paylaşım ve katılıma yönelten araçlar şeklinde tanımlanmaktadır. Blog yazma; bireyin haberleri, düşüncelerini, günlük olayları günlüğüne not etme fiilinin çevrimiçi tanımıdır. Okuyucu sayısı çok olan bloglarda yazılan ve yayınlanan yazılar blog takipçilerince yorumlanır, oylanır ve değerlendirilir. Bu şekilde yorumlar yoluyla bir fikir alışverişi ve karşılıklı konuşma oluşmuş olur.

Blog yazılımları sayesinde kendi kelimelerini ve düşüncelerini kendi blog sitesine anlık olarak yerleştirebilen kullanıcı, bloğu bir günlük gibi yazı ve diğer içeriklerin toplanmasını sağlayarak, zamanla genişleyen ve sürekli güncellenen bir kaynak haline getirir. Bu şekilde kullanıcı, var olan bilgiyi arşivlenmiş bilgiye dönüştürür. Arşivlenmiş

bu bilgiye ulaşımı ise, girişler yapıldığı tarihleri öne çıkararak basit bir takvim yardımıyla yapar (Akar, 2006). Kuruluş amaçlarına göre bloglar farklı olup, bunlar Telli Yamamoto ve Şekeroğlu (2014) tarafından aşağıdaki gibi belirtilmiştir:

*Kişisel Bloglar;* hobi, fotoğraf, spor, gelinlik, moda, günlükler bv.,

*Temasal Bloglar;* gazete blogları, dedikodu blogları, moda blogları, hobi blogları,

*Kurumsal Bloglar;* informal, formal, profesyonel iş blogları, kütüphane blogları,

*Topluluk Blogları;* üyelerin birlikte kurmuş olduğu bloglar olup, bu bloglar bazen birkaç kişi ile birlikte yazılan kişisel bloglar olabileceği gibi, bazen de geniş kitlelere ulaşabilen blog topluluklarının oluşturduğu bloglar olabilir. Konu olarak ise kişisel bloglara benzerler.

*Karma Bloglar;* proje yönetimindeki bloglar,

*Mikro Bloglar;* Küçük içerik parçalarını paylaşmaya ortam sağlar. Örneğin, kısa cümleler, anlık gfotoğraflar veya video linkleri gibi küçük içerik parçalarını paylaşmak.

*İçerdiği Medya Türüne Göre Bloglar;* metin blogları, fotoğraf blogları, müzik blogları, video blogları,

*İçeriğine göre;* amatör bloglar ve profesyonel bloglar şeklindedir.

**2.1.7.1.1. Blogger.** Blogger.com'u Pyra Labs geliştirmiştir. Blogger.com Google tarafından satın alınarak, internet'teki ilk blog hizmet sağlayıcısı olarak, en çok ziyaret edilen ilk on ağ sitesinden biri arasına girmiştir. Üye sayısı 2 milyon'a civarına yaklaşmış olup, günde 18 milyon civarında tıklanmaktadır. Ayrıca Türkçe dışında 60 dil desteği ile birlikte de hizmet sunmaktadır (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Blogger.com>). Şu anda ise Blogger, İngilizce, Fransızca, İtalyanca, Almanca gibi 41 dilde hizmet vermektedir. Ayrıca kullanıcılar Arapça, İbranice ve Farsça dillerinde konuşanlar Blogger'ı sağdan sola görüntüleme ve şekillendirme özelliklerini de kullanabilmektedirler. Blogger kullanıcıları bloglarını yalnızca birkaç kolay adımda oluşturabilmekte olup, birkaç dakikada metin, fotoğraf, video ve daha fazlasını bloglarına gönderebilmektedirler. Ayrıca kullanıcılar istedikleri sıklıkta ücretsiz kayıt gönderme olanağına sahip olup, burada kullanımı basit ara yüz yazı tiplerinin değiştirilebilme, metnin kalın veya italik hale getirilebilme, metnin renginin ve hizalama düzeninin ayarlanabilme ve daha fazla işlem yapabilme imkânı bulabilmektedir. Blog kayıtlarına kolay bir şekilde fotoğraf ve video içerikler eklenebildiği gibi kullanıcılar tarafından kayıtlara kolayca yorum yapılabilir (Bostancı, 2010).

**2.1.7.1.2. Wordpress.** WordPress, internette bir yayımcı olarak kullanıcının tecrübesini mümkün olduğu kadar çekici hale getirmek için tasarlanmış özellikler ile güçlü bir kişisel yayım platformu olup, özgürce dağıtımı yapılan, standart, hızlı, hafif ve kişisel ayarlarıyla ve tamamen istenilen özelliklere göre değiştirilebilir çekirdeğiyle bir yayım ortamı sunmuştur (<http://tr.wikipedia.org>). Daha öncesinde blog siteleri için kullanılan WordPress daha sonra tüm web sistemleri için kullanılır hale geldi. Örneğin E-ticaret sistemleri, haber yayım siteleri, rezervasyon sistemleri gibi çok sayıda yapılar için WordPress kullanılmaktadır. Yapılan güncelleme sonrasında WordPress üzerine yeni ortam düzenlemelerinden ses ve video çalma listelerine, canlı bileşen ön izlemelerinden, galeri ön izlemelerine kadar birçok yeni özellik eklenmiştir. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/WordPress>). WordPress, dünya çapında en gelişmiş içerik yönetim sistemlerinden (CMS) olup, yaygın olarak kullanılmasının sebebi açık kaynak kodlu yapısı, kolay kurulumu ve kullanıcılar tarafından üretilen tema ve eklenti desteği bulunmaktadır (<http://www.wp-tr.org/>). Android ve IOS yazılımlarına sahip cep telefonlarından indirilebilen mobil uygulaması da çıkmıştır. 06 Mayıs 2016 tarihinde çıkan son sürümü ise; 4.5.2'dir. Wordpress birçok özelliğini kullanıcılar için ücretsiz sunmasına rağmen gelişmiş özelliklerinin kullanımı için ücretli kullanıcı üyeliği istemektedir. Bu çerçevede ücretli kullanıcılarına daha gelişmiş bloglama imkânları sunabilmektedir.

**2.1.7.2. Microblog.** Özelleşmiş bir blog türü olan Mikroblog, genel itibariyle 140 karakter veya daha az olmak şartıyla, Twitter, Plurk, Jaiku gibi çevrimiçi araçlar yardımıyla kısa güncellemeleri yayınlamaya yarayan bir Web sitesi formatıdır (Gunelius, 2011). Diğer araçlara nazaran çok daha popüler olduğundan mikroblog denildiği zaman ilk akla gelen, Twitter'dır. Twitter, kullanıcılarına paylaşım yapabilme ve diğer kullanıcıların paylaşımını görme fırsatı sunan ücretsiz bir sosyal ağ ve mikroblogging sitesi olarak tanımlanmaktadır (Chaney, 2009). Twitter 2006'daki kuruluşundan bu yana her geçen gün popülaritesini ve kullanım alanlarını arttırmaktadır. Bunun sebebi ise Twitter'ın kullanımının ücretsiz, kolay ve eğlenceli olmasıdır (Gunelius, 2011).

**2.1.7.2.1. Twitter.** İngilizcede "cıvılda" anlamına gelen ve 140 karakterden oluşan internet kısa mesajlarının gönderildiği ve başkalarının mesajlarının okunabildiği bir mikro-blog servisi olan Twitter, 2006 yılında Amerikalı yazılım mimarı ve iş adamı Jack Dorsey tarafından kurulmuş olup, her geçen gün karmaşıklaşan internet dünyasında basit

bir takip mekanizması oluşturmaktadır (Sanlav, 2014). Twitter web sitesi daha önceleri, ana ekranındaki mesaj kutusunda “What are you doing?” [Şu anda ne yapıyorsun?] diye sorarken, Kasım 2009’dan itibaren kullanıcılarına “What’s happening?” [Şu anda ne oluyor?] şeklinde soru sormaya başlamıştır. Oysaki Twitter, ilk zamanlarda insanların anlık durumlarını paylaşmasını hedeflemiş, ancak kullanıcı sayısının artması ve şahısların bireysel kullanımının dışında, ticari ve kültürel çeşitli kurumların da iletişim ortamı olarak Twitter’ı kullanmaya başlaması sitenin kullanıcılara sorduğu temel soru şeklini de değiştirmiştir (Genç, 2010).

Özütku ve diğ.’ne göre (2014) Twitter içerik kontrolü oldukça zor bir ortam olduğundan mümkün olduğunca dikkatli kullanılmayı gerektirmektedir. Bu arada kullanıcılar Twitter’a özgü bazı kavramları bilmek durumundadırlar. Bu kavramlar; “TT, DM, Mention, Hastag, RT” şeklinde kısaltılmış olup, açıklamaları ise şöyledir: 1) *Direkt Message [(DM) Doğrudan mesaj]* : karşılıklı takipleşen kişilerle özel bir şekilde mesajlaşmak anlamına gelip, paylaştığınız içeriği sadece mesaj gönderdiğiniz kişinin görmesini sağlamaktadır. Twitter’dan yapılan açıklamalara göre, yakın zamanda değişeceği düşünülen bu durumun artık takip etmediğiniz hesaplara da doğrudan mesaj atmanızın mümkün olacağı yönündedir. 2) *Retweet[(RT) Yeniden tweet’lemek]*: Facebook’ta başarılı bulunan paylaşımlar için beğen tuşu varken, Twitter’da ise, “retweet” seçeneği mevcut olup, bu uygulama ile takipçilerinize retweetlediğiniz uygulamayı beğendiğinizi göstermiş oluyorsunuz. Ancak bunun yanında “retweet” seçeneği, paylaşılan bir tweet’e dikkat çekmek veya onu eleştirmek için de kullanılabilir. 3) *Favorilerime Ekleme [(Fav) Bir tweet’i arşivlemek]*: bu uygulama daha çok bir tweet’i beğenmeniz veya çok önemli bulmanızdan dolayı o tweet’i arşive kaydedip, istediğiniz zaman ona yeniden ulaşmanızı olanak verir. 4) *Mention (Bir kişiden bahsetmek)*: Takip ettiğiniz veya etmediğiniz bir kimseye “@kullanıcı adı” sonrasında o kişiye istediğinizi yazmanızı sağlar. Birine cevap vermek istediğinizde o kişinin hesabı tweet içerisinde @kullanıcı adı şeklinde eklenip, o kişiye attığınız “mention”lar üçüncü şahıslar tarafından da görülür. 5) *Trend Topic [(TT) Trend olan konu]*: Günün en fazla konuşulan ilk 10 konusuna Twitter’da TT adı verilir. Twitter’ın en önemli parçası haline gelen TT’ye Türkiye’de günde yaklaşık 100 konu ya da etiket girmekte olup, kimisi 1 dakika kimisi de 24 saatten uzun süre bu listede yer almaktadır. 6) *Hashtag [(#) Etiket]*: Hashtag’ler yoluyla bir etiket açılıp, ilişkili tüm konular bir başlık altında toplanabilir.

Kök’e (2013) göre, Twitter günümüzde çok yoğun kullanılan mikrobloglardan biri olup, her durumun ve anın her zaman paylaşılabilirdiği, ünlülerin, siyasetçilerin, sanatçıların

her an hedef kitleleriyle mesajlaşmasını sağlayabildiği, bu arada insanların istediği ünlüyü takip edip onlarla karşılıklı konuşabildiği bir sanal ortam var etmiştir. Misal çok sevdiğiniz bir futbolcunun, mankenin yaptıklarını ve gittiği yerleri an ve an twitterda attığı mesajlarla görebilirsiniz. Günümüzde Türkiye’de siyasi liderler üst düzey yöneticiler, artık gündemle ilgili olaylarda verecekleri mesajları twitter aracılığıyla duyurup, bu mesajlardan kısa sürede geri bildirimler alabilmektedirler.

Twitter’ın günümüzde kullanımı daha da artmakta olup, ülke ve dünya bazında Twitter kullanımına yönelik bazı istatistiklere bakacak olursak (Özutku ve diğ., 2014):

- Türkiye’de saniyede 92 tweet atılmaktadır.
- Ortalama bir tweet 72 karakterden oluşuyor.
- Dünya genelinde Twitter kullanıcılarının %53’ü kadın, %47’si erkeklerden oluşuyor.
- Siyasi bir hareket olan Arap Baharı’nın en sıcak yaşandığı dönemlerde 239 bin kullanıcı Kuveyt’ten 58 milyon tweet atıldı.
- Mısır’da Twitter kullanımının toplam nüfusa oranı % 0. 26’dır.
- Twitter dünyada aktif internet kullanıcılarının %22’sine ulaşabiliyor.
- Twitter’da en fazla RT olan tweetler 70-100 karakter arası olanlardır.
- Hashtag kullanımı tweetlerin RT edilme olasılığını daha da yükseltmektedir.
- Digital Policy Council araştırmasına göre dünya liderlerinin %75’i Twitter kullanıyor.
- 2015-2016’daki bazı verilere göre twitter’ın bazı özellikleri değişmiştir. Örneğin artık 42 dil seçeneği bulunmaktadır (<https://twitter.com/signup>).
- Retweet artık beğeni olarak kullanılmıyor. Favori butonu kalktı ve onun yerine retweet butonunun hemen yanında bulunan küçük kalp ikonuna yer verilmiştir. Eğer tweet, fotoğraf, yer bildiri ya da videolar beğenilecekse kalp ikonuna tıklanır ve ikon kırmızı renge dönüşür. Kalp ikonu, paylaşımlar beğeni almamışsa renksizdir (<https://onedio.com/tr>).
- Ayrıca Twitter’a anket yapma özelliği de eklendi eklenmiştir (<http://www.aljazeera.com.tr>).
- 19 Eylül 2016 tarihinde yapılan yeniliklerle beraber artık atılan tweetlere resim veya video eklendiğinde 140 karakterlik alan azalmayacak. Kullanıcılar kendi yazdıklarını retweet edip alıntılatabilecek. Böylece eski tweetler yeniden gün ışığına çıkarılıp yorum yazılabilecek. Ek olarak herhangi bir tweete yanıt yazarken

@kullanıcıadı ifadesi artık 140 karakter sınırı içinde yer almayacak. Bu değişiklikle Twitter'da sohbet yürütmek daha kolay ve doğrudan hale gelecek

(<http://www.ntv.com.tr>).

- Günümüzde Twitter ile dünyada her dakika ortalama 98 bin tweet atılmaktadır. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter>).
- Yapılan bazı araştırmalara göre Twitter'da profilleri bulunan dev markaların; Google, Twitter, Youtube takipçilerinin %33'ü, Facebook takipçilerinin ise %44'ünün sahte veya spam profillerden oluştuğu tespit edildi(<https://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter>).
- Twitter logosunda yer alan meşhur kuş bir erkektir ve adı Larry'dir. Eskiden daha sert ve göze kaba gelen kuş logosu artık daha yumuşak ve güzel bir hale getirilmiştir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter>).
- 2016 yılı istatistiklerine göre dünyada Twitter aktif kullanıcı sayısı yaklaşık 325 milyon kişidir <https://www.webtures.com.tr>.

**2.1.7.2.2. Tumblr.** Tumblr, ABD kökenli bir sosyal ağ sitesidir. David Karp tarafından Şubat 2007'de kurulmuştur. Kurulmasının ardından iki hafta içerisinde 75.000 kullanıcıya ulaşmıştır. Tumblr'ın, diğer popüler sosyal paylaşım siteleri ile bir uyum içerisinde çalışıyor olması, 8-24 yaş aralığındaki blog kullanıcılarının gücünü elinde tutması, Tumblr'ı kullanıcı trafiği ve genç kullanıcı potansiyeline sahip olan bir blogservisi haline getirmiştir (<http://sosyalmedyakulubu.com.tr>). Tumblr basit ve kolay kullanımı ile gençler arasında sıklıkla kullanılmakta olup, WordPress ve Blogger gibi sitelerden daha sade ve kolay bir şekilde öğrenilebilmektedir (Sanlav, 2014).

Özutku ve diğ. (2014) ise, Tumblr'ın diğer bloglardan ayrılan bazı özelliklere sahip olduğunu belirtmiştir. Tumblr, uzun blog yazılarından sıyrılarak kısa metin parçaları, resim, video ve bağlantıların paylaşıldığı bir mikroblog olmasıyla dünyadaki diğer birçok mikroblog sitesinden daha rağbet görmektedir. Temmuz 2013 itibariyle 126 bloğu barındıran Tumblr'da 56 milyar düzeyinde gönderi yer almakta olup, Türkiye'de ancak son dönemde yayılmasından dolayı üye sayısı 3 milyon civarındadır. Dünyadaki cazibesini kaybetmeyen Tumblr, Yahoo tarafından 20 Mayıs 2013'te 1,1 milyar dolar karşılığında satın alınmış olup, kullanıcıların metin, fotoğraf, video, bağlantı paylaşım, diğer takipçilere sorular sorabilecekleri bir platform haline gelmiştir. Tumblr'un milyonlarca bloğun olduğu daha büyük bir dünyada eğlenme fırsatı sunması onu sadece arkadaşlarımızla bir dünya

kurmanıza yarayan Facebook'tan farklı kılmaktadır. Sosyal medyanın hız demek olması ve insanların çoğunun hızlıca paylaşımlara bakarak beğendiğini “beğenir” ve devam eder halde olması, yorumdan ziyade “beğenme” ve “yeniden bloglama” esasına dayalı olan Tumblr'in cazibesini arttırmıştır. Bu yüzden Tumblr'in sayfa gösterim sayısı yüksektir. Tumblr, mikroblog olduğu kadar sunduğu multimedya paylaşım artırılarıyla birlikte, sosyal ağ-mikroblog karışımı “melez bir program”a benzetilebilir. Ayrıca Tumblr ile ilgili bazı güncel bilgiler aşağıda verilmiştir.

- Tumblr 2015 senesinin en hızlı büyüyen sosyal ağı olmuştur. Facebook ve Instagram gibi sosyal medya sitelerini geride bırakan Tumblr, üye sayısını tam % 45 oranında arttırdı. Global Web Index'in verilerine göre aktif kullanıcı sayısını % 120 arttıran Tumblr, Facebook ve Instagram'ın önüne geçti (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Tumblr>).
- Tumblr her şeyi barındıran, birbirinden farklı 328 milyon bloğun oluşturduğu bir bütündür (<https://www.tumblr.com/>).
- 2016 verilerine göre dünyada Tumblr'ı aktif kullanan kişi sayısı yaklaşık 230 milyondur (<https://www.webtures.com.tr/>).

**2.1.7.3. Wikiler.** Wiki sayfaları herkesin oluşturmasına katkı sağladığı sanal bir ansiklopedidir. Tüm kullanıcıların bu sayfalara erişerek bir konu hakkında yazılmış olan bir bilgiyi değiştirme imkânına sahip olduğu rahat bir sitedir. Wiki uygulamaları açık birer kaynak ortamları olup, açık geliştirici gruplar tarafından geliştirilebilen ve isteyen herkesin kullanabileceği bir bilgi türü olduğu söylenebilir (Bostancı, 2010). Wiki ismi, Hawaii dilinde “*çabuk*” anlamına gelen “*wikiwiki*” kelimesinden türetilmiştir. İngilizce ‘*What I Know is*’ sözcüklerinin kısaltması olan Wiki ‘*Bildiğim kadarıyla...*’ şeklinde çevrilmektedir. Herkesin üzerinde istediği gibi değişiklikler yapmasına izin veren Wiki, bilgi sayfaları topluluğu olup, burada gruplar, kolayca geniş dokümantasyonlar oluşturabilir ve bu belgeler arasındaki sürüm farklılıklarını takip edebilirler. (Wiki Nedir? <http://yunus.hacettepe.edu.tr>). Wikiler tüm sosyal medya araçları içerisinde ülkemizde en az ilgi çeken ve yapısal olarak sayfaları kullanıcıları tarafından oluşturulur. Kısacası Wikilerin bir kullanıcının diğer kullanıcılar tarafından oluşturulan sayfaları istediği şekilde değiştirilebildiği web sitesi olduğu söylenebilir (Kahraman, 2013).

**2.1.7.3.1. Wikipedia.** Bostancı (2010) Wikipedia için “*ortaklaşa olarak birçok dilde hazırlanan, özgür, bağımsız, ücretsiz bir internet ansiklopedisi*” tanımını kullanmış olup,

bu ansiklopedinin Wiki teknolojisi yardımıyla hazırlandığını belirtmiştir. Bu sitelerde Sürekli ekleme ve değişiklikler yapıldığından tamamlanmasının hiçbir zaman mümkün olamayacağı belirtilmiştir. Kurucularından Jimmy Wales, Vikipedi'yi “Dünya üzerindeki her insana kendi dillerinde, en üst kalitede bedava bir ansiklopedi yaratma ve dağıtma emeği” olarak tanımlamıştır (Akt. Bostancı, 2010, 64).

Bir açık kaynak ansiklopedi servisine benzeyen Wikipedia, 2013 itibarıyla 200'ün üzerinde dilde hizmet vermekte, kapsamında toplam 28.000.000 makale barındırmaktadır. Toplam kullanıcı sayısının 8.000.000; aktif kullanıcı sayısının 50.000 olduğu siteyi ayda 6 milyarın üzerinde ziyaretçiyi ağırlamaktadır. Wikiler, Türkiye'de de bulunmakta olup, benzeri uygulamalar üretilerek, aktif şekilde kullanılmaktadır. Türkçe uygulamada 300.000'e yakın makale bulunup, 100.000 üzerinde kullanıcı mevcuttur (Argın, 2013).

Bostancı (2010) Wikipedia güvenilebilirliği ve doğruluğu üzerine tartışmaların var olduğu, sitenin yoğun olarak vandalizme maruz kaldığı, verilen bilgilerin bazen onaylanmamış ve sorgulanabilir olabildiği ve kaynakların eksik olabileceğini belirtmektedir. Bir Wikipedist, başka bir dilden tercüme talebinde bulunabilmenin yanında, Wikimedia Commons deposunda da tüm Wikipedilerin kullandığı medya dosyaları bulunmaktadır. Birçok dildeki Wikipedi'de tercüme edilmiş dosyalar küçük bir bölümü temsil etmekte olup, nerdeyse tüm ziyaretçiler Wikipedi'nin içeriğini değiştirebilmekte hatta yeni kullanıcılar da yeni madde başlatabilme olanağına sahip olmaktadır.

2015-2016 verilerine göre wikipedia (<https://en.wikipedia.org>);

- Eylül 2015 itibarıyla günlük 374 milyon tekil ziyaretçisi vardır
- 294 dilde 41.000.000'dan fazla makalede çalışan yaklaşık 70.000 aktif kişi vardır
- 2016 itibarıyla İngilizce olarak 5.313.946 tane makale bulunmaktadır
- Yaklaşık 29.815.412 kayıtlı kullanıcısı vardır

**2.1.7.4. Sosyal imleme.** Sosyal imleme sitesi terimi, kullanıcılarına favori sitelerini saklama, organize etme ve paylaşma hizmetleri sunan servislere verilen ortak addır. Bu terim delicious ile ortaya çıkmıştır (Kahraman, 2013). Sosyal imleme siteleri internetteki bir bağlantıyı geniş kitlelere duyurabilen yerler olup, yurt dışında Reddit, Digg, Delicious gibi popüler siteler şeklinde gösterilmiştir. Bu sitelere eklenen bağlantılar, kullanıcılar tarafından oylanır ve beğenilen bağlantılar ilk sıralarda yer alır. Bu suretle internetteki popüler bağlantılar tek bir siteden takip edilmiş olur ve bağlantılar hakkında yorum yapma



imkânı da oluşur. Sadece moda veya teknoloji ile ilgili bağlantılar takip edilebilme imkânını sunması bakımından Sosyal imleme sitelerinin başka bir özelliğini yansıtır (<http://www.internetbilgisi.com>).

**2.1.7.4.1. Digg.** Bostancı (2010) Digg'in insanların web üzerindeki içerikleri keşfetmesi ve paylaşmasına elverişli olup, sosyal etiketlenmenin her türlü haber, video ve podcast üzerine uzmanlaşmış bir arzcısı olduğunu belirtmiştir. Digg, kullanıcılarca başlık, tasvir ve kategoriler ayarlayalı yenilikler sunulmakta diğer kullanıcılar tarafından “*digg it!*” butonu aracılığıyla pozitif şekilde değerlendirilmektedir. Bu işaretler spam veya bir başka açıdan sorunlu olarak değerlendirildiği takdirde işaret gömülmektedir. Kendine ait bir blog üzerine de konulabilen Digg it butonu bu hizmet popülerliğinden dolayı Slashdot'la kıyaslanmıştır.

Digg.com'a üyelik olunarak, anlık olarak bağlantı paylaşılabilen, içerik olarak haber, resim ve video gurubundan birini seçmeniz gereken bir sistemdir. Digg.com kullanılırken, bağlantı linki ve içerik grubu seçilir. Digg.com botları sitenizde bağlantıyı inceler, yazınıza özgün başlık, giriş metni ve varsa resmi seçtikten sonra düzenleme yapabilmemiz amacıyla size sunar. Düzenleme işlemi esnasında içerik başlığı, giriş metni ve resmini düzenleyebilir aynı zamanda içerik kategorisi belirleyebilirsiniz. Digg çok geniş bir içeriğe sahip olduğundan, Google gözünde çok önemlidir. Özellikle SEO'ların işlerini yazdıkları özgün makaleleri ve paylaştıkları yazıları Digg sayesinde Google botlarına daha çabuk indeksletebildikleri denenmiş ve kabul edilmiş bir gerçektir. Bilindiği gibi özgün içeriklerin her zaman Google gözünde çok değerlidir. Ancak indekslenme süresinin daha hızlı olması ve kopyala / yapıştır sitelerinin kişinin özgün yazılarında onlardan daha çabuk indeks alabilmesi nedeniyle, Digg vazgeçilmez araçlardandır. (<http://www.yukselsisman.com>).

**2.1.7.4.2. Reddit.** Reddit 2005'te açılmış olup, günümüze kadar inanılmaz bir kullanıcı katkısı olmuş ve bilgi kaynağı olmak adına ciddi bir arşiv oluşturmayı başarmıştır. Aylık yüz milyonları bulan ziyaretçi sayısı, her gün yerine bir yenisini eklenen ve kullanıcılarına katkı sunan tartışmaları, bu tartışmaların editörler tarafından kontrol altına alınması gibi kontrol mekanizmalarıyla kullanıcılarına hizmet sunan bir topluluk sitesi niteliğindedir. Dolayısıyla kullanıcılar burada kendilerine has topluluklar oluşturabilmekte, bunları gönüllü olarak kendileri yönetebilmekte ve dışarıya açabilmektedirler. Reddit sitelerinde, gönüllü olarak hizmet veren redditörler sayesinde

tartışmalar seviyeli bir şekilde yürümekte ve hakarete, aşağılamalara, konu baltalama olarak adlandırılan “trollük” teşebbüslerine mümkün olduğunca engel oluşturmaktadır. Bu arada sitenin görgü kurallarına uyma konusunda kullanıcılarına hatırlatmalarda bulunduğu bilinmektedir. Reddit, sitenin hizmetinden faydalanan kişilerin kendi girdikleri siteleri, okudukları ve beğendikleri alıntıları paylaşabildikleri imleme siteleriyle benzerlik göstermektedir. Anadil olarak İngilizceyi kullanması sebebiyle uluslararası ulaşımına açık ve oldukça bilinen bir mecra oluşu ile yerli rakiplerinden üstün durumdadır. Ayrıca tartışma ortamına diğerlerinden daha fazla izin vermesi, sitede yapılan yorumların diğer kullanıcılar tarafından iyi veya kötü olarak oylanabilmesi, kullanıcının popülaritesini ve verdiği yorumların ne kadar ciddiye alınması gerektiğini az çok sezebilmenizi sağlar. Bilimsel, edebi veya entelektüel tartışmaların, soru sorma faaliyetlerinin yanında eğlenceye ve mizaha açık bir ortam sağlaması ve aynı formunu bozmadan ilerlediği takdirde reddit taklitlerinin daha da fazla üretileceği ve hem kendisini, hem de kullanıcılarını ciddi anlamda besleyebilecek bir mecra olacağı açıktır (<http://www.medyaakademi.org>).

**2.1.7.4.3. Delicious.** Delicious, sık kullanılan internet sitesi bağlantılarını depolamak, paylaşmak ve yeni siteleri keşfetmek amacıyla kullanılan bir sosyal medya türüdür. 2003'te Joshua Schachter tarafından kurulan Delicious 2005'te Yahoo tarafından satın alınmıştır. Merkezi Amerika Birleşik Devletleri'nin Kaliforniya eyaletinde Santa Clara olan sitenin 5 milyondan fazla kullanıcısı mevcuttur. Delicious'un 150 milyondan fazla sık kullanılanlara eklenmiş internet adresi bulunmaktadır ([http://tr.wikipedia.org/wiki/Delicious\\_\(web\\_sitesi\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Delicious_(web_sitesi))). Delicious, 2006 Ekimine geldiğinde 1.65 Milyar USD'ye Youtube tarafından satın alınmıştır. Makale yazıp paylaşabileceğimiz veya hoşumuza giden siteleri kategorize edip takip edebileceğimiz Delicious, Digg ile hemen hemen aynı tarz işlevlere sahiptir. Ülkemizde pek bilinmeyen imleme, paylaşım ve takip ortamı sağlamaktadır. Ayrıca Delicious herkese açık olmasıyla sık kullanılan linkleri, makaleleri, blogları müzikleri saklayıp, bunlara istenildiği zaman herhangi bir bilgisayardan rahatlıkla ulaşılabilmesine olanak tanıyan ve sık kullanımların paylaşabildiği bir sitedir (<http://www.weblozi.com>).

**2.1.7.5. İçerik paylaşım siteleri.** Kahraman'a göre (2013) 2000'li yıllardan itibaren internet teknolojileri ile beraber teknolojik aletlerde de hızlı yenilikler meydana gelmiştir. Örneğin bilgisayarlar, dijital kameralar, fotoğraf makineleri ve diğer kayıt cihazları hızla gelişmiş ve iş, ucuzlaşmıştır. Kullanımları son derece artıp, bu cihazların neredeyse her eve

girmesi sonucu da internet kullanıcılarının ellerinde aileleri, arkadaşları, meslektaşları ile paylaşmak istedikleri bol miktarda fotoğraf, video ve benzeri içerikler birikir hale gelmiştir. Takip eden yıllarda bunların yanı sıra akıllı telefon teknolojisinin de hızla gelişmesi ve yaygınlaşması ile sadece bu içerikleri üretmek değil aynı zamanda paylaşmak da son derece kolaylaşmıştır. İnternet üzerinden fotoğraf paylaşımının çok sayıda yolu olmasına karşın sadece fotoğraf paylaşımı konusunda uzmanlaşmış olan ilk servislerden biri 2004 yılında açılan ve 2005 yılında Yahoo tarafından satın alınan Flickr'dır. Flickr, uzun süre devam eden liderliğini daha sonra mobil bir fotoğraf paylaşım aracı olan Instagram'a bırakmıştır. Akıllı telefonlarda çalışan bir mobil uygulama olan Instagram, özel filtreleri sayesinde herkese kendi telefonuyla çektiği fotoğrafları kullanıp, profesyonel bir fotoğrafçı kalitesinde paylaşımlar yapma fırsatı sunmuştur. Kısa sürede çok popülerleşince, Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alınmıştır. İnternet üzerinden video paylaşımına olanak veren YouTube ise, belki de web 2.0 siteleri arasında en ünlü olanı olup, ününü çok gelişmiş teknik altyapısından daha çok kurulduktan sadece bir yıl sonra Google tarafından 1,65 milyar dolara satın alınmasına borçludur. Dolayısıyla bu servislerin büyük başarıları, hızlı geniş bant internetin de hanelere hızla yayılmasıyla internet kullanım alışkanlıklarımızda da önemli değişikliklere yol açmıştır. Önceleri sadece televizyonlarımızdan tükettiğimiz çok sayıda içeriği, artık internet üzerinden istediğimiz zaman ve yerde izleyebilme olanağına sahip olduk.

**2.1.7.5.1. YouTube.** Chad Hurley, Steve Chen ve Jawe Karim isimli üç Amerikalı iş arkadaşının 2005 yılında eğlence amaçlı açtıkları ve 2006 yılında Google tarafından 1,65 milyar dolara satın alınan YouTube, "Video Paylaşım Sitesi" olarak adlandırabileceğimiz ilk ve en kapsamlı web sitesidir (Sanlav, 2014). Youtube sitesinde bir ziyaretçi ortalama olarak günde 15 ile 25 dakika arasında süre geçirmekte olup, ziyaret süresi en uzun sitelerden biridir. Youtube video denilince akla gelen ilk isim olmakla beraber, inanılmaz düzeyde yoğun bir içerik üretimine sahiptir. Youtube'a 60 günde yüklenen video içeriği Amerikan televizyon kanallarının 60 yılda elde ettiği içerikten daha fazladır. Youtube'un içerik havuzu her saniye gittikçe büyümektedir. Çünkü dakikada 35 saat video yüklenmektedir. Youtube'un kısa sürede yerelleşmeyi başarabilmesi onun başarısında rol oynayan bir başka değişkendir. Youtube günümüzde 25 ülkede ve 43 dilde yayın yapmaktadır. Her geçen gün milyonlarca ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir. Sosyal medya ortamlarında Youtube'un hayran sayısına baktığımızda; Facebook'ta 78 milyon, Twitter da 38 milyon civarında takipçiye sahiptir. Böylece Youtube günümüzde Google ve

Facebook'un ardından en fazla ziyaret edilen üçüncü site konumuna gelmiştir. Web 3.0 döneminin gittikçe yaklaştığı dijital dönüşüm süreci diyebileceğimiz günümüzde, geleneksel araçlar artık geri planda kalmış ve Youtube çok önemli bir mecra haline gelmiştir (Özutku ve diğ., 2014).

Özutku ve diğerlerine göre (2014) Youtube'un dünya ekseninde elde ettiği başarı, Dailymotion, Vimeo ve Vidivodo gibi birçok video paylaşım aracının bu rekabete ortak olmasına yol açmıştır. Fransa kökenli olan Dailymotion, Youtube'dan sonra en çok ziyaret edilen ikinci video paylaşım sitesi olarak bilinmektedir. Youtube'un muadili olan bir başka video paylaşım sitesi de Vimeodur. Bir başka video paylaşım sitesi olan Vidivodo ise, Türkiye menşeli ve önemli ölçüde kullanıcısı olan yerli bir paylaşım sitesidir. Belirtmek gerekirse temelde bu video paylaşım sitelerinin hepsi Youtube'un türevleri şeklindedir. Kişilerin İhtiyacı ve hedef kitleye göre bireysel veya kurumsal bazda bu araçların birkaçı aynı anda kullanılabilir. Bu çerçevede özellikle Türkçe yayın yapan ulusal bazdaki önemli video paylaşım sitelerinin göz ardı edilmemesi de önemli bir hususu oluşturmaktadır.

Youtube'un kullanımı ve bazı özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Özutku ve diğ., 2014):

- Youtube'a üye olup hesap açtıktan sonra artık siz de bir kanala sahip olabilir, kanalınızın görünümüyle ilgili birkaç düzenleme yapıp tasarımını daha şık hale getirebilirsiniz. Burada bir kanal resmi seçebilir, kanalınızla ilgili kısa bir bilgi yazabilir, yeni kanal açabilir ya da istediğiniz kanalların takipçisi olabilirsiniz.
- Düşük çözünürlüklü bir video keyifle izlenemediğinden mümkün olduğunca yüksek kaliteli videoların yüklenmesi önemlidir. Kurumsal bir hesabın söz konusu olduğu durumlarda, bu durum daha da önem arz etmektedir, çünkü burada kurumsal imaj söz konusudur.
- Kendi ağınızda ve diğer sosyal ağlarda ilgi çeken videoları sık sık yüklenebilir ve paylaşılabilir.
- Kanalin boş kalmaması için belirli aralıklarla video yüklemesi yapılması gerekmektedir.
- Videoların Youtube'da belli kategorilere göre eklemek önemlidir. Bu yüzden kategorilerin iyi belirlenmesi gerekmektedir.
- Video başlığıyla ilgili etiketler kullanmak videoları öne çıkaracağından önemlidir.

- İnsanları daha fazla ilgilendirecek videolar üretip, video serileri hazırlamak aynı zamanda bu şekilde içerik üretmek kullanıcıyı bir adım öne çıkarır.
- Youtube’da hem görüntü kalitesi yüksek hem de daha fazla kişiye hitap eden videolar yayınlama imkânı olduğundan, videoları sadece kişisel veya kurumsal sitelerde paylaşılmasıyla yetinilmelidir.
- 2016 verilerine göre Youtube, artık panoramik videoları desteklemeye başlamıştır. ayrıca yaklaşık 1 milyar aktif kullanıcısı bulunmaktadır (<https://www.webtures.com.tr>).

**2.1.7.5.2. Flickr.** Yahoo şirketinin fotoğraf paylaşım sitesi olan Flickr, Şubat 2004’te Ludicorp tarafından geliştirilmiştir. Bu site 2005’te Yahoo tarafından 35 milyon dolara satın alınan bir fotoğraf ve video paylaşım sitesidir (Sanlav, 2014; Özutku ve diğ. 2014). En önemli özelliklerinden birisi, belirli ölçülerde istenilen fotoğrafların indirilebilmesine imkan sağlayarak, daha sağlıklı bir biçimde istenilen kategorilerde fotoğraf alışverişini mümkün kılmasıdır (Özutku ve diğ., 2014).

Flickr’ın önemli bazı özelliklerine bakacak olursak şu hususlar öne çıkmaktadır (Özutku ve diğ., 2014):

- Flickr, “Ücretsiz”, “Reklamsız” ve “Duble Hesap” şeklinde üç tür üyelik seçeneği sunmakta olup, ücretsiz kullanıcılara 1 TB kullanım alanı vermektedir. Sunulan seçeneklerden “Reklamsız” seçeneği, yıllık bir ücret karşılığında tüm Flickr’ı ücretsiz kullanmanız sağlarken, “Duble Hesap” seçeneği kullanıcılara yıllık ücreti karşılığında 2 TB kullanım alanı ve diğer tüm imkânları aynı anda sunmaktadır.
- Flickr size 1 TB gibi devasa bir saklama alanı sunarak, fotoğraf ve video yüklerken daha güvenli olmanızı sağlıyor.
- Flickr’a giriş yaptığımızda üst menüde bazı seçenekler yer alır. Bunlar: “siz”, “ilişkiler”, “topluluklar”, “keşfet” ve “yükle” şeklindedir. İlk bölüm bir bakıma sizin profil sayfanız olup, burada kendi Flickr sayfanızı düzenleyebilirsiniz. İlişkiler bölümünde, listenize eklediğiniz kullanıcıların fotoğraflarını görebilir, yeni kişiler takip edebilirken; topluluklar bölümünde, yeni bir grup oluşturup, yeni bir gruba katılabilir ve böylelikle ilginizi çeken kategorilerdeki fotoğraflara ulaşabilirsiniz.

- Fotoğraf akışı bugünden geçmişe doğru tüm fotoğraflarınızı büyük boyutlarda tek bir sayfada, setler her aya ait fotoğrafları gruplar halinde ve favoriler kısmı ise, favorilerinize eklediğiniz fotoğraflarınızı gösteren bölümdür.
- Fotoğrafçılık ve Flickr'in kullanımıyla ilgili merak ettiğiniz her şeyi Flickr'in forum kısmından bulabilirsiniz.
- Flickr'da çok fotoğraf yüklemekten daha önemlisi kaliteli fotoğraflar yüklemek esas olup, Instagram'da olduğu gibi burada da insanlar fotoğrafçı yönünü ön plana çıkarma çabasıdadır.
- Flickr'da "Ortak Noktalar" adlı bölümde dünyanın birçok ülkesinden önemli tarihi veya kültürel değeri olan yerlerin kaliteli fotoğraflarına ulaşarak, bu kısımdaki setler, ilgili yerlerin tarihini anlatan birer foto albüm görevi görür.

**2.1.7.5.3. Instagram.** Instagram, sahip olduğu kaliteli filtreler ve sosyal ağ özellikleri ile kısa zamanda oldukça popüler hale gelmiştir. 2010 Ekim'de, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından ilk olarak iPhone-iPad için geliştirilmiş bir fotoğraf paylaşım uygulamasıdır. Günümüzde günde 40 milyon fotoğraf paylaşımı, saniyede ise 8600 beğeni ve 1000 yorum yapılan Instagram'ın bu kadar hızlı yayılmasında sosyal medya platformları ile entegre çalışmasının büyük etkisi vardır. Bu uygulama ile hazırlanan fotoğraflar Facebook, Flickr, Twitter, Foursquare ve Tumblr üzerinden de paylaşılabilir (Sanlav, 2014).

Instagram sadece mobil cihazlarda kullanılabilir olmasıyla diğer fotoğraf paylaşım ağlarından farklılaşmaktadır. Filtreleme özelliğinin yanında pratik bir paylaşım platformu oluşu da Instagram'ın kısa sürede ciddi bir başarı yakalamasını sağlamıştır. Instagram, 2012 yılında Facebook tarafından 1 milyar dolar gibi büyük bir fiyatla satın alınmış ve kısa sürede 100 milyon barajını aşarak önemli bir başarı yakalamıştır. Birçok insanın profesyonel bir makine alma hayalinin yanında daha iyi fotoğraflar çekmek ve daha enteresan kareler yakalamak isteği vardır. Instagram uygulaması belki de bu hayali kısa yoldan gerçekleştirdiği için gittikçe daha da popülerleşmektedir. Instagram'ın işleyişi biraz Twitter biraz da Facebook'a benzemektedir. Nitekim bu uygulamayla istediğiniz kişiyi takip etmek, listenizde olmasa bile kullanıcıların fotoğraf ve videolarına göz atmak, fotoğrafları beğenmek ve altlarına yorum yazmak mümkündür. Bugün gelinen noktada Instagram'ı kullanma sayısı 130 milyona, paylaşılan fotoğraf sayısı 16 milyara ulaşmış durumdadır. Dahası bu sayı git gide artmaktadır (Özutku ve diğ., 2014).

Instagram'ın önemli özelliklerine bakacak olursak (Özutku ve diğ., 2014);

- Instagram bir fotoğraf paylaşım programı olduğundan, iyi fotoğraf çekmek ve bunları paylaşırken iyi düzenlemek çok önemlidir. Düzenleme yaparken Instagram'ın kendi programının yanında dışarıdan başka programlar da kullanılabilir.
- Çok fazla fotoğraf paylaşmak yani günde beşten fazla fotoğraf paylaşmak pek hoş karşılanmıyor. Instagramda her gün bir fotoğraf paylaşmak idealdir. Özellikle aynı olayla ilgili benzer fotoğrafları arka arkaya paylaşmak antipati oluşturabilir.
- Instagram her hafta sonu belirlediği bir konu üzerine etkinlik düzenleyip, verdiği anahtar kelimeyle etkinliğe uygun fotoğraflarla katılımı mümkün kılmaktadır. Bu tür etkinlikler, daha fazla insana ulaşarak onları bir araya getirmeyi amaçlamasıyla Instagram'ı sanal bir buluşma platformu haline getirmektedir.
- Hashtag (etiket) sistemi Twitter'da olduğu gibi Instagram'da da yer almakta olup, başına # kullanılarak yazılmaktadır. Dolayısıyla daha fazla insana ulaşmanın önemli yollarından biri "hashtag" kullanmaktır.
- Facebook'a satılmadan önce 30 milyon kullanıcısı olan Instagram'ın 2016 yılı itibarıyla yaklaşık 430 milyon aktif kullanıcısı vardır (<https://www.webtures.com.tr>).
- Belirgin özellikleri; fotoğrafları bir kare şekline sınırlandırmak yeni bir güncelleme ile değişmiş, kullanıcılar özgün çerçeve oranı kullanabilir hale gelmişlerdir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Instagram>).
- Ayrıca Instagram kullanıcılarının %49'u kadın, %51'i erkektir (<https://www.webtures.com.tr>).

**2.1.7.5.4. Podcasting.** Podcast bir sistem olarak genellikle radyo yayınları ve videolar gibi dijital medya ürünlerinin internet ortamında cep telefonu, tablet ve phabletlere indirilebildiği şekilde yayımlanmasıdır. Podcast terimi, Apple şirketinin ürettiği dünyaca ünlü taşınabilir müzikçalar Ipod'un "Pode"u ile yayın anlamına gelen "broadcast" kelimesinin "cast" kısımlarının birleşmesi ile oluşmuştur. Tanımına bakıldığında Podcastlar ise, önceden kaydedilmiş ses dosyalarından oluşan radyo yayını ya da benzeri bir programın internette çekilebilen ve kişisel ses cihazları aracılığıyla dinlenebilen bir hale gelmesini sağlayan sayısal kayıtlar olarak adlandırılmıştır. (Sayımer, 2008). Basit anlamıyla internet üzerinde dosyaların yayımlanmasıdır. Dijital medya dosyalarına verilen

ad olan podcasting'e kullanıcılar abone olarak, internet ortamında yayılan ses ya da video dosyaları olan Podcast'lerden yararlanabilmektedirler. Ses dosyalarını sunan servisler Podcast, video dosyalarını sunan servisler ise Videocast olarak adlandırılmaktadır (Zafarmand, 2010).

Pod yayınına geçiş iki aşamada gerçekleşmiş olup bunların ilki; ses bildirimleri ve uyarılarının RSS'e eklenebilmesidir. Buna göre bir ses bildirimine abone olan dinleyiciler yeni güncellemeler yayınlandığında hemen indirebilmelerine fırsat vermektedir. İkinci aşama ise, pod yayınlarının iTunes yardımıyla ulaşılabilir olmasıdır. Diğer bir anlamıyla iPod kullanıcıları RSS beslemesine abone olma yoluyla iPod'larını bilgisayara her bağladıklarında yeni şovları/programları otomatik olarak indirip bunları iPod'larına kopyalayabilmektedir. Pod yayını bir iPod'dan dinlenilebileceği gibi doğrudan bilgisayardan da dinlenebilmektedir. Pod yayınlarında telif haklarıyla kullanım izinleri konusunda dikkatli davranılmaktadır. Buradasadece "pod(cast)-güvenli" müzik denilen sanatçının olur verip pod yayını olarak yayınlanabilir dediği müzik kullanılmaktadır (Scott, 2010).

**2.1.7.5.5. Pinterest.** Kelime anlamı "iğnelemek" anlamına gelen "pin" ve ilgi alanı olarak "interest"ten oluşan "pinterest", sınırsız alana sahip bir depo olup, sanal ortamda hoşunuza giden görselleri paylaşmakta ve düzenlemekte kullanılan bir uygulamadır. Bilgilerinizi girerek ya da "Facebook" ve "Twitter" hesaplarınızdan giriş yapabileceğiniz imkânınızın olduğu pinterest, Twitter'dan farklı olarak, paylaşmak istediklerinizi sadece yazılı olarak değil, resimleri ön plana çıkartarak paylaşmanızı sağlar. Burada paylaştığınız resimlerin altına 500 karakterlik bir açıklama yapabilmenin yanında bağlantı da ekleyebiliyorsunuz. Pinterest kullanıcıları başka görselleri beğenebilmenin yanında onları kendi takipçilerine "re-pin" ederek bu bağlantıları yeniden paylaşabilirler (Sanlav, 2014).

Özutku ve diğ. (2014) ise, Pinterest için mantar pano görünümlü çevrimiçi bir fotoğraf paylaşım sitesi olduğunu, kullanıcıların burada etkinlik, ilgi alanı ve hobi gibi belli temalar etrafında görsel koleksiyonlar oluşturup bunları paylaşabildiği, insanların ilgi duydukları alanlarda görsel imgeleri toplayıp organize edebildikleri bir sosyal medya aracı şeklinde açıklamıştır. Mart 2010'da Ben Sibermann öncülüğündeki Amerikalı bir grup girişimci tarafından hayata geçirilen pinterest, İngilizce, İspanyolca ve Portekizce gibi dillerde yayın yapmakta olup, Aralık 2011'de 11 milyon haftalık ziyaretçi sayısı ile en geniş on sosyal medya sitesi arasına, 2012 Mart ayında ise, ABD'de Facebook ve



Twitter'dan sonraki en yaygın sosyal medya aracı olmuştur. Kullanıcıların büyük kısmını kadınların oluşturduğu Pinterest, ABD'de hala popülerliğini sürdürüyor

**2.1.7.6. Sanal dünyalar.** Bostancı (2010) Sanal Dünyalar için bilgisayar tabanlı kullanıcılarının avantajları yoluyla kullanıp, etkileşmelerini hedefleyen simülasyon çevreler olup, bu çevrelerin gerçek dünyayı taklit eden en açık özellikleri yer çekimi, topoğrafik yapı, hareket, gerçek zamanlı eylem ve iletişim şeklinde açıklamıştır. Yakın zamanlara kadar yazıyla yapılmasına rağmen, şimdilerde internet'in sağladığı nimetler sayesinde gerçek zamanlı olarak sesli de yapılabilmektedir. Ayrıca Sanal dünyaların en yaygın olan araçları Active Worlds (Aktif Dünyalar), There (Orada), Second Life (ikinci Yaşam), EverQuest, Ultima Online, Lineage (Nesil), World of War (Warcraft Dünyası, WOW) gibi oyunlar olduğu belirtilmektedir.

**2.1.7.6.1. Secondlife.** İnternet tabanlı Sanal dünyaların en yaygın oyunlarının başında gelen Second Life, Linden Research firması tarafından 2003 yılında hizmete sokulmuş olup, kullanıcılara açık yazılımı ile kategori olarak oyun standartlarının dışında yer almaktadır. Second life ortamında gayrimenkul satın almaktan, üniversite eğitimine kadar her türlü kurgu bulunup, kendi içinde kendi ekonomisini yaratmakta olup, para birimi olarak Linden Doları (L\$) kullanılmaktadır. Dünyanın her yerinden yaklaşık on milyon kullanıcıya ulaşan Second Life, sanal oyun ve sanal sosyal ağların bir araya getirilmesi ile kullanıcı sayısını gittikçe arttırmaktadır (Second Life, <http://tr.wikipedia.org>).

Argın, ( 2013) Second Life adlı oyunda yaşadığımız gerçek dünyaya paralel bilgisayarda ikinci bir hayat kurmanıza olanak tanımanın yanında yapacaklarınızın yalnızca hayal gücünüz ile sınırlı kaldığını belirtmiştir. Second Life'ta kişi kendine bir avatar yaratarak oyuna başlayıp, oluşturacağı avatarın her türlü özelliğine kendisi karar verir. Bir sosyal yaşam platformu olma özelliğine sahip olan Second Life'ın diğer kullanıcılarla çeşitli yöntemlerle etkileşim kurma olanağı sunup, bilgisayara yüklenebilen bir program sayesinde üyelerin birbirleriyle hareketli avatarlar eşliğinde iletişime geçebilmelerini sağlar. Bu ortamda gerçek hayatta olduğu gibi alışveriş yapılabilir, ev ya da arsa satın alınabilir, giysi-aksesuar ya da mimari tasarım yapılabilir, eğitim görebilir hatta evlenip boşanabilme imkânınız bile oluyor. Ayrıca harita ve arazilerin yer aldığı Second Life'ta arazi satın alabilir, arazinizin üzerinde kendi evinizi ve işyerinizi

tasarlayabilirsiniz. Bunların dışında Second Life’ta tamamı ücretsiz olan sanat, bilim spor ve eğitim alanlarında çevrimiçi etkinlikler de kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır.

**2.1.7.7. Profesyonel ağ siteleri.** Sosyal medya genelde düşünülenin aksine sadece Facebook ve Twitter’dan ibaret değildir. Sosyal medyanın iş dünyasına yönelik de önemli uygulamaları mevcuttur. Bununla beraber dünyanın farklı yerlerindeki insanların mesleki anlamda bir araya gelmesine bu insanların paylaşımlarda bulunmasına imkân veren birçok sosyal ağ mevcuttur. Bu sosyal ağlar yardımıyla kariyer planlaması yapan insanlarla belli nitelikte eleman arayan kurumlar ortak mecralarda bir araya gelmektedir. Bu insanlar dünyanın her yerinden bireysel veya kurumsal mesleki ihtiyaçlarına bu profesyonel ağlar üzerinden cevaplar bulmaya çalışmaktadır. Bireysel kullanıcıların kendi iş alanlarındaki benzer kişilerle kurdukları iletişim sayesinde sektörel bilgi paylaşımına da imkan veren profesyonel ağlar, salt iş arama-bulma platformları olmanın ötesinde profesyonel yaşamın tüm boyutlarını içeren kariyer planlayıcıları işlevi de görmektedir (Özutku ve diğ., 2014).

**2.1.7.7.1. LinkedIn.** Özutku ve diğ. (2014) LinkedIn’i nasıl ele aldığına bakacak olursak; Reid Hoffman ve arkadaşları tarafından 2002 Aralık’ta kurulan ve 5 Mayıs 2003’te açılan LinkedIn, iş hayatı ile profesyonellere hitap eden ve bugün 200’den fazla ülkede 230 milyona yakın kullanıcısı olan bir sosyal ağ sitesidir. Türkiye’de 2 milyon civarında kullanıcısı olan LinkedIn’in dünyada aylık 50 milyon ziyaretçisi olduğu, 230 milyon kullanıcı sayısı ile benzer rakipleri Fransa kökenli viadeo (50 milyon) ve Almanya kökenli Xing’in (10 milyon) çok önünde olduğu bilinmektedir. LinkedIn, Türkiye’nin 2012 yılında tüm dünyada en hızlı büyüyen ülkesi olduğunu ilan etmiş, aynı yılda 970 milyar dolar elde ettiğini açıklamıştır. 2008 Şubat’ında ilk mobil uygulamasını hayata geçirmiştir. 2011 Ağustos ayında İOS, Android ve Windows tabanlı telefonlar için mobil uygulamalarını kullanıcılarına sunmuştur. Bu mobil uygulama gösterimleri son iki yılda % 400 civarında artış göstermiş ve pratik ara yüzüyle kullanıcıların sayfalarını kolayca yönetmesini sağlamıştır. Ayrıca LinkedIn, yirmiden fazla dilde yayın yapan aynı veya benzer sektörlerdeki profesyonellerin birbiriyle tanışmalarını, mesleki özelliklerini görebilmelerini ve yeri geldiğinde irtibat kurabilmelerini sağlamıştır. Bu ağı sadece kişisel kullanıcılar değil, aynı zamanda şirketler ve firmalar da kullanmıştır. Bu bağlamda kurumlar ihtiyaç duydukları personel için LinkedIn üzerinden bir nevi araştırma/tarama yapma imkânına sahip olmuştur. Ayrıca bireysel kullanıcılar da LinkedIn’de güncel özgeçmişleriyle daha iyi iş imkânları için muhtemel fırsatlara sahip olmaktadır. Bu da

LinkedIn'de yeni iş imkânlarının olması anlamına gelir ki tüm dünyada bu kadar ilgi görmesinin esas sebebi olarak kabul edilmektedir.

LinkedIn, kişilerin özgeçmişlerine yazdıkları bilgilerin bağlantıda olan diğer kişiler tarafından onaylanmasını sağlayan bir özelliğe sahiptir. Bu şekilde herkesin özgeçmiş başkaları tarafından doğrulanmış oluyor ve kariyer sitelerinden farklı olarak, sadece sizin yazdığınız değil, diğer insanların onayladığı bir özgeçmişle sitede yer almanızı sağlıyor. LinkedIn'in önemli diğer özelliklerinden biri ise, bağlantılarınızın bağlantılarını kullanarak çok sayıda kişiye ulaşmanızı sağlamaktadır. Bu da bir kullanıcının fazla bağlantısı olmasa bile eğer takip ettiği kişilerin çok sayıda bağlantısının olması durumunda önemli bir çevreye ulaşabilmesini sağlamaktadır.

Sanlav (2014) ise, LinkedIn profilinizi daha değerli hale getirecek ve size yeni profesyonel bağlantılar sağlayarak var olan bağlantılarınızla ilişkilerinizi kuvvetlendirecek tavsiyeler bu kadar önemliyken “insanları sizin için nasıl tavsiye yazmaya itebilirsiniz?” sorusuna bazı açıklamalar getirmiştir bunlar:

- *Diğerlerine tavsiye bırakmaktan çekinmeyin:* LinkedIn'de doğru insandan doğru tavsiye mektubu almak değerli olup, bunlar sizi daha da önemli hale getirmektedir. Şayet sizin için tavsiye yazmasını arzu ettiğiniz biri varsa, ona talepte bulunmadan siz onun için bir tavsiye yazarak, profiline eklemesini sağlarsanız, aynı yetenek ve onaylarda olduğu gibi bağlantınız size geri dönüşte bulunmak ve bu iyiliğinize karşılık vermek isteyecektir. Bağlantınız size tavsiye yazmaya kendisi yönelmezse, siz artık ondan gönül rahatlığıyla tavsiye yazmasını isteyebilirsiniz.
- *Tavsiye taleplerini toplu göndermeyin:* Toplu tavsiye talebi aynı çoklu kişilere aynı mesajla atılan e-postalar kadar değersiz ve anlamsızdır. Alfabetik sırayla herkese aynı mesajla tavsiye talebinde bulunursanız içlerinde çok önemli bağlantılarınızın olduğu kişilerin bu mesajı görmezden gelmesine sebep olabilir. Bu yüzden de toplu tavsiye talepleri yerine kişiselleştirilmiş davetleri tercih etmeniz daha sağlıklı olacaktır.
- *Kişiye özel tavsiye talebi notları hazırlayın:* LinkedIn'de tavsiye talebi gönderirken sosyal ağ size bir taslak metin önerir. Bu metinde “Yolla”ya basmadan düşünün ve bu otomatik metnin sizi yansıtmadığını analiz edin. Hatta mümkünse bu taslağı kullanmak yerine tavsiye yazmasını istediğiniz kişiye gerekirse nereden tanıştığınızı hatırlatın ve bu tavsiyenin sizin için önemini belirtin. Örneğin, “İş arıyorum ve sizin tavsiyeniz benim için çok değerli” gibi notlar yazabilir ve

normalde tavsiye yazmak gibi bir niyeti olmayan bir bağlantınızı bu şekilde çekebilirsiniz.

**2.1.7.7.2. Xing.** Xing, kökeni Çince'ye dayanan bir sözcük olup, anlamı hakkında çeşitli söylentiler mevcuttur. Bazılarına göre “*Yapabilirim! Başarabilirim!*” anlamını ve duygusunu taşıyan bir sözcük, bazılarına göre ise Amerika'da yaşayan Çin'li kardeşlerin “Crossing” demekte zorlandığından bu kelimeyi böyle telaffuz edişinden doğan bir durumdur. Business Network olarak belirtilen ve Türkçe söylemek gerekirse “İş Ağı” diyebileceğimiz bir web uygulaması olan Xing ile stajyer part & full time iş arayanları bulabilir, mesleki ilgi alanınıza göre gruplara üyelik teklifinde bulunabilir, grup yöneticileri onaylarsa bu gruplara üye olabilirsiniz. Üye olduğunuz grupların grup bültenleri sayesinde mesleki duyurularından veya iş olanaklarından haberdar olabilir, iş bağlantıları kurabilir, iş ilanlarını inceleyebilir, etkinlik düzenleyebilir, mevcut etkinliklere katılabilir ve Xing üzerinden bunları duyurabilirsiniz. Bağlantılarınızın bağlantıları ile iş ortaklığı geliştirebileceğiniz kişileri keşfedebilir, şirketleri ve şirket profillerini inceleyebilir, birçok uygulamayı profilinize ekleyebilirsiniz (<http://sblayn.blogspot.com>).

Xing, profesyonellere yönelik bir iş ağı olup, alanında Avrupa lideridir. İş bağlantılarını içeren bir liste olmaktan çok daha ileri özellikler taşıyan Xing, özgün arama işlevleri ve gelişmiş bağlantı yönetim araçları yardımıyla sunduğu fırsat ve ayrıcalıklarla, üyelerin yeni iş bağlantıları bulmalarını sağlayıp, profesyonel networkünüzü hayatınızın en aktif bölümü haline getirebilmektedir. Xing, iş dünyası profesyonellerine yönelik sosyal ağ eğilimine damgasını vurmuştur. Hedef kitlesi olan "dünya çapındaki iş insanları"na odaklanarak, bu alanın ihtiyaçlarına uygun işlevler sunmuş ve bu suretle iş bağlantılarını geliştiren ve mevcut bağlantıların yönetimini çok kolaylaştıran bir platform haline gelmiştir (<http://xingnedir.blogspot.com.tr>).

**2.1.7.8. Sosyal ağlar.** Erdem'e göre (2010) İnternetin son yıllardaki gelişiminde blog ve sosyal paylaşım ağlarının kullanımının etkisi; sosyal paylaşım ağlarının son yıllarda büyük bir hızla artması ve internet kullanıcılarının hızlıca yayılması, bilgisayar kullanım oranını da artırmıştır. Bunun sonucu olarak da günümüzde yüzlerce sosyal ağ ve milyonlarca sosyal ağ kullanıcısı meydana çıkmıştır. Sosyal ağlar, temelde çevrimiçi olarak hem var olan toplumsal bağların sürdürülmesi, hem de yeni bağların kurulmasına dayalıdır. Sosyal ağlar özellikle Facebook ile internet kullanıcıları arasında neredeyse bir salgın hastalık haline gelmiş, toplumsal bağları sanal ortamda sürdürmek ya da kurmak

amacından çok, gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçasına dönüşmüştür. Bazı kullanıcılar için bir alışkanlık ve yaşam biçimi olan bu ortamlarda paylaşılan içerikler, fotoğraf ve videolar, bunlara yapılan yorumlar, profiller ve diğer insanlarla kurulan ilişkiler gerçek yaşamdaki deneyimlerden giderek uzaklaşılması, gerçek hayatın tümüyle sanal ortama taşınması, insanların asosyalleşmesi, bazı değerlerin yitirilmesi gibi endişelere neden olabilmekte ve risk faktörlerini ortaya çıkarabilmektedir.

**2.1.7.8.1. Facebook.** Özutku ve diğ. (2014), Facebook'un insanların arkadaşlarıyla internet üzerinden iletişim kurmasına, fotoğraf, video, bilgi ve diğer içerikleri paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Tüm bunları yapmaya olanak tanıyan Facebook ortamı gayet sistemli bir şekilde tasarlanmıştır. Nitekim Facebook'ta bulunan bazı sekmeler kişinin gündelik hayatını tüm yönleriyle tanımaya yöneliktir. Şap Özkan (2014) ağ tabanlı sahnede benliğin sunumu: idealize edilmiş duygular adlı çalışmasında şu şekilde değinmiştir: Facebook'ta üyelerin doğum tarihleri, yaşadıkları şehirler, ailevi bilgileri, eğitim durumları, mesleki bilgileri, duygusal ilişkileri, profesyonel becerilerine ilişkin bilgileri bulunur. Ayrıca kişisel sayfalarda ileti paylaşımının yanında "konum bilgisi" ve "ne yapıyorsun" başlıkları bulunur. Kişinin bilgi girmesine gerek kalmadan o anda bulunduğu yeri yine internet aracılığı ile konum tespiti yaparak dijital olarak gerçekleştirir. Ne yapıyorsun? Sorusu altında açılan sekmelerde ise; mutlu, üzgün, yorgun, canı sıkılmış şeklinde duygular, diziler, programlar, filmler ve tv kanallarına yönelik izleme sekmesi, popüler kitaplar okuma sekmesini, popüler müzik parçaları ya da sanatçılar dinleme sekmesinde, çeşitli spor oyunları ise oynama sekmesi şeklinde başlıklandırılmıştır.

Facebook, 4 Şubat 2004'te Harvard Üniversitesi'nde, Mark Zuckerberg'in öncülüğünde Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz ve Chris Hughes tarafından kurulan bir sosyal ağ sitesidir. Bugün 1 milyarı aşkın aktif kullanıcıya sahiptir. Facebook'un özellikle genç internet kullanıcıları arasında yaygınlaşması, "*Facebook bağımlılığı*" terimini ortaya çıkarmıştır (Gönenli ve Hürmeriç, 2012). Özutku ve diğerlerinin (2014) ifadesine göre, önceleri sadece Harvard öğrencilerinin kullanımına açık olan Facebook, daha sonra ağ içine liseler ve bazı büyük şirketleri de almıştır. 11 Eylül 2006 tarihinde ise bazı yaş sınırlandırmalarıyla birlikte, herkese açık hale gelmiştir. Bugün 50 dilde hizmet veren Facebook'u ücretsiz kullanmak için sadece geçerli bir e-posta adresine sahip olmak yeterlidir. 2007 yılına gelindiğinde, mobil telefonlar için Facebook platform oluşturmuştur.

2010 yılında bireylerin buldukları yerleri bildirerek güncelleme yapabilecekleri ‘place’ uygulamasına olanak tanımıştır.

Özutku ve diğ. (2014) 2013 yılına gelindiğinde Facebook’un, 1, 2 milyarı aşkın kullanıcı sayısı ile “*gezegenin en büyük çok uluslu devleti*” haline geldiğini, Türkiye’de de hızla yaygınlaşmaya başladığına dikkat çekmektedirler. Facebook’u bu denli popüler hale getiren en cazip yönlerinden biri insanların eski arkadaşlarını bulma heyecanı ve düşüncesi olmuştur. 32 milyonu aşan kullanıcı sayısı ile bugün Türkiye’nin dünya sıralamasında 7. basamakta olduğu görülmektedir. Bu ise Türkiye’nin nüfusunun % 40’ından fazlasının Facebook kullanıcısı haline geldiğini göstermektedir. 37 milyon internet kullanıcısının olduğu Türkiye’de kullanıcıların Facebook’u kullanma oranının % 89 olması, Türkiye’de internet kullanan her 10 kişiden 9’unun bir Facebook hesabına sahip olduğunu göstermektedir. 2016 yılı Facebook ile ilgili son bilgiler ise aşağıdaki gibidir.

- Facebook’ta şuan 2016 verileriyle toplam aktif kullanıcı sayısı 1.609 milyardır (<https://www.webtures.com.tr>).
- Facebook’ta yaklaşık olarak 30 milyon profilin sahibi şu an yaşamıyor (<https://onedio.com>).
- Hackerlar tarafından her gün ortalama 600.000 profil ele geçirilmeye çalışılıyor (<https://onedio.com>).
- Facebook kullanıcılarının %52’sini kadınlar oluştururken, %48’ini ise erkekler oluşturuyor. Facebook’un en çok kullanıldığı ülkeler ise sırasıyla; Amerika, Hindistan, Brezilya, İngiltere ve Almanya. Facebook kullanıcılarının yaş ortalamalarına göre yüzdeler dağılımı ise; %34,5’i 18-29 yaş aralığı, %31,5’i 30-49 yaş aralığı, %16,5’i 50-64 yaş aralığı ve kalan %9,5’i ise 65 yaş üstü oluşturmaktadır (<https://www.webtures.com.tr>).
- 101 farklı dil seçeneği olan Facebook’ta artık haber Kaynağı’ndaki kullanıcıların aile üyelerinin veya yakın arkadaşlarının paylaşımları en üstte gösteriliyor.
- Facebook’ta canlı yayın yapılmaya başlandı. Kişiler kendi profillerinden istedikleri an canlı yayın yapabiliyorlar. Tüm dünyada Facebook kullanıcıları tarafından yapılan canlı yayımları, Facebook kullanıcıları istedikleri zaman “canlı yayın izle” butonuna tıklayarak izleyebiliyorlar. 2016 yılının başlarında popüler olmaya başlayan panoramik video ve fotoğraf ile 3 boyutlu çekim yapma ve izleme özelliği Facebook’a getirildi (<https://tr-tr.facebook.com>).

**2.1.7.8.2. MySpace.** Sanlav'a (2014) göre MySpace, sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal iletişim web sayfasıdır. Burada henüz ünlü olmamış grup ve şarkıcıların yararına herhangi bir ücret vermeden şarkıların siteye yüklenip büyük kitlelere sunma imkânı verilmektedir. Myspace'e katılanlar kendileri için canlı, hayat dolu ve karmaşık bir duvar oluşturup kendi yazıları, fotoğrafları ve videolarını bu duvar aracılığıyla arkadaşları ile paylaşırlar. Kendi ününü müzik servisinden dolayı kazanmış olan Myspace sosyal ağı, yaklaşık 3 milyon müzik grubu ve müzisyen tarafından kullanılmaktadır. Burada katılımcılar facebook'un aksine kendi sayfalarının formatını, profillini, arka görünümünü (background) isteklerine göre değiştirebilmektedirler (Kaymak, 2012).

**2.1.7.8.3. Bebo.** 2005 yılı başlarında bir çift tarafından kurulan Bebo, Facebook ve Myspace gibi sosyal ağ devlerine rağmen popülerliğini günden güne artırmıştır. 2006 yılı verilerine göre Google arama motorunda en çok aranan kelime "Bebo" olmuştur (Bostancı, 2010). Daha çok üniversite öğrencileri arasında yaygın olan Bebo sosyal ağı, son yıllarda pazarlamacılar tarafından doğru kitlelerini bulmak amacıyla etkin olarak kullanılmaktadır. Bebo sosyal ağında çocuk kitapları ve yazarları ile ilgili sayfalar görünürken, My Space'te Toyota veya Coca Cola ile ilgili yazılı sayfalar bulunmaktadır (Kaymak, 2012). İlgilenilen her şeye ve herkese bağlanmaya imkân veren Bebo, dünyada olup biten her şeyi keşfetmeye yardımcı olan sosyal bir deneyim sağlamaktadır. Ayrıca yeni yöntemlerle dijital içerikler oluşturmayı, keşfetmeyi ve paylaşmasını sağlayarak toplulukları bir araya getirmektedir ( Argın, 2013).

**2.1.7.8.4. Netlog.** Önceden Facebox ve Redbox olarak bilinen Netlog, 2004 yılında Belçika'da Lorenz Bogaert ve Toon Coppens tarafından kurulmuş bir sosyal ağ web sitesidir. Bu web sitesi esas itibarıyla üyelerin birbirleriyle iletişim kurabileceği ve sosyal çevrelerini genişletebilecekleri çevrimiçi bir platformdur. Özellikle genç Avrupa nüfusunu hedef almakta ve 37 dilde hizmet vermektedir. Bu çerçevede Avrupa'daki üye sayısı 97 milyonu bulmuştur. Bostancı'nın deyişiyle "Avrupa'da gençlerin sosyal çevreleriyle iletişim kurmalarını sağlayan eşsiz bir araç olan Netlog NV üyelerin profillerine ve yerleşimlere göre özelleştirilmiş eşsiz bir teknoloji geliştirmiştir" (Bostancı, 2010). Netlog üyeleri, kullanıcı sayfalarını kendileri yaratabilir, resimlerini yayınlayabilir, blog yazabilir, aynı zamanda video izleyip yükleyebilir ayrıca bu ortamda anket oluşturabilir. Krediler

karşılığında profilindeki bu öğelerini ilgi odağında paylaşabilir ve birçok gizlilik ayarları, düzenleme ayarları ile kullanıcılar profil sayfalarının erişimini kişisel isteklerine göre düzenleyebilirler (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Netlog>).

2007'den itibaren Türkçe de hizmet vermeye başlayan Netlog'da üyeler kendi kullanıcı sayfalarını yaratabilir, resimlerini yayınlatabilir, blog yazabilir, video izleyip yükleyebilir ve anket oluşturabilirler. Krediler karşılığında profilindeki bu öğelerini ilgi odağında paylaşabilmenin yanında multiplayer, spor, action, arcade, puzzle, nişancılar, strateji, board kategorilerinde çeşitli oyunlara sahiptir. ayrıca birçok gizlilik ayarı mevcuttur örneğin; herkes, sadece netlog üyesi, yaş, yer, bölge, trust gibi çeşitli düzenleme ayarları ile kullanıcılar profil sayfalarının erişimini düzenler. Netlog aylık 100 milyardan fazla ziyaretçisiyle Avrupa'nın haricindeki ülkelerde de lider bir sosyal ağ olduğunu göstermektedir. Belirtmek gerekir ki sitenin 100 milyon kişi tarafından ziyaret edilmesi 2 milyondan fazla sayfanın görüntülenmesi anlamına gelmektedir. Avrupa haricindeki ülkelerde de liderdir. Her ay 100 milyondan fazla ziyaretçi siteyi görüntülüyor ve bu 2 milyondan fazla sayfa görüntüsü demektir (Argın, 2013).

**2.1.7.8.5. FriendFeed.** Türkçe kelime anlamı “Arkadaş Beslemesi” olan FriendFeed için, arkadaşlarınızla çevrimiçi paylaşımı kolaylaştıran bir hizmet tanımını yaparak şöyle ele almıştır: FriendFeed'in arkadaşlar arasında bilgi edinmek ve görüş alışverişinde bulunmak için eğlenceli ve interaktif bir yol sunmakta olan sosyal içerik paylaşım sitesidir (Argın, 2013). Arkadaşlarla çevrimiçi paylaşımı kolaylaştıran bir hizmet olan FriendFeed, Arkadaşlar arasında bilgi edinmek ve görüş alışverişinde bulunmak için eğlenceli ve interaktif bir yol sunmakta olup, bir kullanıcının birden fazla sosyal ağdaki bilgi ve iletilerini friendfeed hesabında toplamasına olanak tanımaktadır. Gerçek zamanlı haberleşme ve paylaşım sitesi olan FriendFeed, Ekim 2007'de kurulmuş olup, Kullanıcıların internette üye oldukları bloglar, arkadaşlık siteleri, fotoğraf siteleri, imleme siteleri gibi pek çok kaynaklardaki aktivitelerini arkadaşlarıyla paylaşımları ve yorumlamalarını sağlamaktadır. 10 Ağustos 2009 tarihinde google tarafından satın alınmış olan FriendFeed, Türkçe olarak hizmet veren küresel projelerden biri olup, amacı internetteki içeriği daha anlamlı ve kullanışlı hale getirmektir. (Bostancı, 2010).



**2.1.7.8.6. Badoo.** Badoo her gün milyonlarca insanın olduğu ve her gün binlerce insanın katıldığı dünyanın en büyük ve en hızlı gelişen sosyal ağlarından biridir (Argın, 2013). Amacı, insanların buldukları bölgede veya herhangi bir yer fark etmeksizin dünyanın en kolay, en hızlı ve en eğlenceli bir şekilde tanıtımını sağlamaktır. Facebook, Twitter gibi sitelerin ağırlıklı olarak sosyal paylaşım için kullanılması ve var olan arkadaşlık ilişkilerini devam ettirebilmek, resim, video vs. paylaşımlar yapabilmek için kullanılırken, Badoo yeni arkadaşlar bulmak ve bu arkadaşlıkları geliştirmek üzerine kurulmuştur.

**2.1.7.8.7. Google Plus (+).** Özutku ve diğ.'ne (2014) göre Google Plus, Google tarafından geliştirilen ve onun sunduğu birçok hizmeti tek bir çatı altında toplayan bir "sosyal ağ" ve "kimlik doğrulama" uygulamasıdır. 28 Haziran 2011 tarihinde hizmete açılmış olan Google Plus aslında Google'ın Facebook karşısındaki en önemli hamlesidir. İlk dönemde davetiyeye üye kabul ederken, 20 Eylül 2011'den itibaren herkesin kullanımına açık hale getirilmiştir. Google Plus tamamen Google uygulamaları üzerine inşa edilen bir sosyal medya aracı olduğundan, geçerli bir Gmail hesabının olması şartı koşmuştur. Google Plus 40'in üzerinde dilde hizmet sunmaktadır. Kullanıcı sayısı 2012 Aralık ayında 500 milyonu aşmıştır. Google Plus'ın çalışma mantığı ise, istenilen kategorilerde arkadaş "çevreleri" (circle) oluşturarak arzu edilen şekilde paylaşımların yapılmasına dayanır. Söz konusu arkadaş çevreleri okul, iş, akraba vs. gibi birçok kategoriden oluşturulmuştur. Google uygulamalarını bir araya getiren ve platform bir uygulama olan Google Plus, bu yolla Gtalk üzerinden arkadaşlarla sohbet edilebilme, Hangouts'la 10 kişiye kadar çoklu görüntülü görüşme/konferans gerçekleştirilebilme, e-posta kontrolü yapabilmeye ve Google haritalar kullanabilme imkânı sunmaktadır. Bununla beraber talep edilen fotoğraf, video, link ve metinlerin arkadaşlarla paylaşabilmesine imkân tanımaktadır. İlk piyasaya çıkışında kullanışlılığı konusunda bazı tereddütler olsa da, yaklaşık iki yılın ardından Mayıs 2013'te yeni ara yüzüyle kullanıcılara ulaşarak, ilk haline göre 41 yeni özellik ile donatılmıştır. Dolayısıyla Google Plus kullanımını daha kolay ve mobil uygulamalara daha yakın yeni bir kimliğe kavuşmuştur.

Bu uygulama temel olarak sosyal ağın, mobil dünyada ve internette yeniden yaratmayı hedeflediği ve Google Plus'ın sadece bağlantıları ve fotoğrafları paylaşmak için değil, ilginç bilgilerin de size gönderilmesi ve video sohbetlerine katılma gibi özellikleri olan bir uygulamadır. Ayrıca Google Plus Web'de paylaşımı gerçek hayattaki paylaşıma daha çok yakınlaştırıyor. Örneğin farklı kişilerle farklı şeyleri paylaşıyorsunuz. Google+ projesini Google'ın paylaşma yaklaşımının nasıl olacağını görmek ve hayatımızdaki farklı insanları

birbirine bağlamaya yönelik daha iyi bir yol sunmak Google Plus'ın verdiği başlıca hizmetlerdendir (Sanlav, 2014).

**2.1.7.8.8. Foursquare/Swarm.** Sanlav'a (2014) göre Foursquare, mobil cihazlardaki GPS teknolojisinden yararlanarak, kullanıcıların buldukları ortamda check-in yapmasına olanak tanıyan ve çeşitli ödül sistemleriyle katılımı artırmayı amaçlayan mobil bir sosyal ağ hizmetidir. 2009 yılında kurularak, 10 milyondan fazla kullanıcıya ulaşmıştır. Öyle ki hatta geçtiğimiz ay 1 milyar check-in'e ulaşan dev bir sosyal ağ konumundadır. Bu uygulama ile kullanıcılar, mobil site üzerinden, kısa mesajla ya da cep telefonları üzerinden kurdukları Foursquare yazılımıyla buldukları mekânları işaretleyebilme olanağı bulabilmektedir.

Özutku ve diğ. (2014) ise, Foursquare'un bulunduğu konumu bildirmeye dayanan ve sosyal ağ üzerinden işleyen bir uygulama olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Foursquare'un farklı şehirleri keşfettirmeyi vaat eden, küresel konumlama sistemi (Gps) kullanan, arkadaşlarınızla ağ kurmanızı sağlayan bir oyun olduğunu ve yaptığınız check-inlerle Badge ismi verilen bir tür rozet (madalya) kazanmanızı sağladığını belirtmiştir. Kullanıcı sayısına bakıldığında ise, Foursquare'in dünya genelinde 35 milyon kullanıcısı olduğu görülmektedir. Türkiye'deki kullanıcı sayısı 2 milyondur ki bu ABD'den sonra en fazla check-in yapan ülke olduğu anlamına gelmektedir. Foursquare'da şimdiye kadar 3,5 milyar check-in yapıldığı ve 50 milyon da fotoğraf paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Günümüzde Foursquare yerine artık Swarm adı ve uygulaması kullanılıyor. İşlev ve özellikler yönünden Foursquare'la aynıdır.

2014 yında Foursquare tarafından Swarm uygulaması üretilmiştir. İlk olarak 5 Mayıs 2014 tarihinde mobil yazılımlardan iOS ile Android'e uygun olarak, kullanıcıların nerede olduklarını paylaşması için çıkan bir uygulama bu uygulama, kullanıcıların olduğu yerde check-in (yer bildirim) yaparak yerlerini bildirmelerini sağlamaktadır. Yerini bildiren kullanıcının ekli olan arkadaşlarının da bunu görüp, ona ne kadar yakında olduklarını öğrenmelerini ve eğer gerçekten birbirlerine yakınlarsa herhangi bir yerde buluşmalarını sağlamaktadır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Swarm>).

Foursquare ile ilgili bazı istatistiki bilgiler (<https://www.sibelhos.com/foursquare>):

- Foursquare'de yapılan toplam check-in (yer bildirim) sayısı 7 milyar (2015)
- Foursquare'de bulunan toplam mekân sayısı 65 milyon. (2015)
- 250 milyon check-inli (yer bildirimli) fotoğraf paylaşımı (2015)

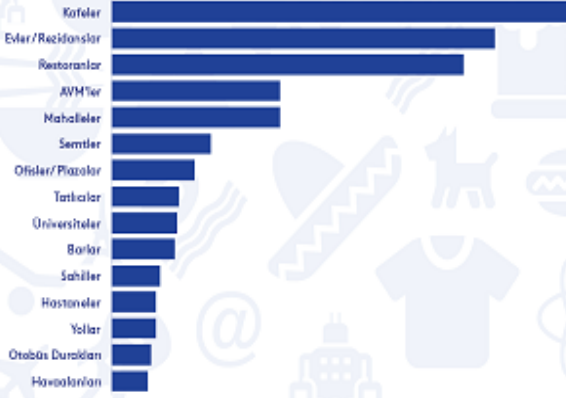
- Türkiye’de 7,2 milyon kullanıcıya sahip olan Foursquare’de (yeni adıyla Swarm) günde ortalama 1,8 milyon check-in olunuyor.
- İlk 3 sırada uzak ara sırasıyla kafeler, evler/rezidanslar ve restoranlar bulunuyor. AVM’ler ve mahalleler de kullanıcıların diğer gözdeleleri. Check-inler arasında 2. sırada yer alan otobüs durakları oldu.
- Semt olarak ilk sırada Kadıköy var. Alsancak ve Kızılay da Kadıköy’ün takipçileri konumunda.
- AVM sıralamasında ise lider Cevahir.
- En gözde yollar listesinde ilk 2 sıra İstiklal ve Bağdat Caddesi’nin.

Türkiye’de Foursquare/Swarm İstatistiklerini Gösteren Bir Afiş aşağıda verilmiştir.(<http://sosyalmedya.co/foursquarein-ve-swarmin-turkiyeye-ait-verileri-infografik/>)

# FOURSQUARE

Türkiye'de 7.2 Milyon Foursquare kullanıcısı var  
Bu kullanıcıları ne kadar tanıyorsunuz?

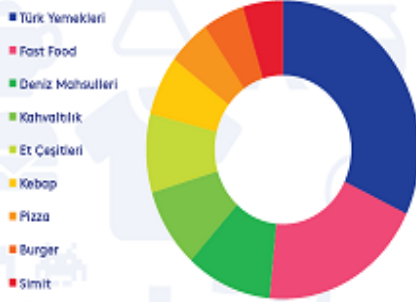
## Nerelere gidiyorlar?



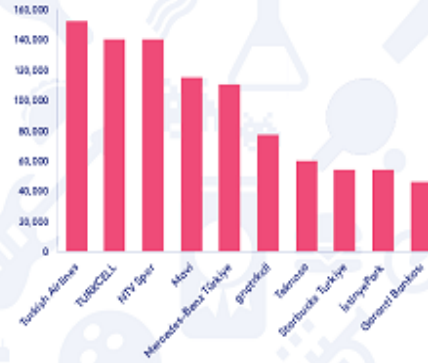
## Nelerden hoşlanıyorlar?



## Ne yiyorlar?



## Hangi markaları takip ediyorlar?



## Nereleri ziyaret ediyorlar?

### Top 5 Semt

- 1 Kadıköy (İstanbul)
- 2 Alsancak (İzmir)
- 3 Kızılay (Ankara)
- 4 Beşiktaş (İstanbul)
- 5 Bakırköy (İstanbul)

### Top 5 AVM

- 1 Cevahir
- 2 Forum Bornova
- 3 İstinyePark
- 4 Optimum Outlet
- 5 Marmara Park

### Top 5 Yol

- 1 İstiklal Caddesi
- 2 Bağdat Caddesi
- 3 Boğaziçi Köprüsü
- 4 Çark Caddesi
- 5 7. Cadde

### Hangi ünlüleri takip ediyorlar?



Foursquare + Swarm Pazarlama Çözümleri için **PUBLIK** ile iletişime geçebilirsiniz.

**2.1.7.9. Anlık mesajlaşma ve sesli konuşma siteleri.** Mobil mesajlaşma ve arama uygulamalarında iletişim internet üzerinden sağlanır ve bu uygulamalar bir veri planı kullanımı gerektirir. İnternetin daha ucuz ve kolay erişilebilir olması sayesinde mobil iletişim uygulamaları GSM faturalarını azaltıcı bir etkiye sahiptir. Bu uygulamaları kullanarak iletişim ihtiyaçlarından tasarruf yapılabilir. Ayrıca çoğu mobil iletişim uygulaması metin mesajlaşmalarının yanı sıra sesli arama ve görüntülü arama gibi özellikler de sunmaktadır (<https://ekonomist.co/teknoloji/en-iyi-10-mobil-mesajlasma-uygulamasi>). Mobil mesajlaşma pazarının en büyük oyuncularını Line, WeChat, Skype, Viber, Blackberry Messenger, Tango, Tiktok, Nimbuzz, KakaoTalk, Kik, WhatsApp ve Snapchat şeklindedir. Bunların arasında Whatsapp, Snapchat ve Skype büyük kullanıcı kitlesiyle sivrirmiştir.

**2.1.7.9.1. Whatsapp.** Akıllı telefonlar için geliştirilen, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir mesajlaşma ve arama uygulaması olan WhatsApp, önceden Yahoo'da toplam 20 yıl geçiren Biran Acton ve Jan Koum tarafından ABD'nin Kaliforniya eyaletindeki Santa Clara kentinde kurulmuştur. WhatsApp ismi, What's Up ifadesinin bir kelime oyunudur. WiFi internet bağlantısı aracılığıyla kullanıcıların birbirlerine fotoğraf, video, ücretsiz arama, sesli ve yazılı mesaj, belge göndermesini sağlar. Son sürümünde Web WhatsApp özelliği eklenerek kullanıcıların tarayıcıları üzerinden [web.whatsapp.com](http://web.whatsapp.com) adresine gittikten sonra WhatsApp uygulamasına gidip menüden Web WhatsApp'a girip ekrandaki QR kodu telefona okutmaları halinde bilgisayar üzerinden WhatsApp'ta oturum açıp sohbeti etmelerini sağlamıştır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>).

Whatsapp aracılığıyla 180'den fazla ülkede 1 milyardan fazla kişi arkadaşları ve ailesiyle, her zaman ve her yerde kolayca iletişime geçmektedir. WhatsApp ücretsizdir ve dünyanın her yerindeki telefonlarda kullanılabilen kolay, güvenli, güvenilir bir mesajlaşma ve arama hizmeti sunar. WhatsApp, SMS'e bir alternatif olarak başlamıştı, ancak zamanla sesli aramaya ek olarak, metin, fotoğraf, video, belge ve konum gibi pek çok değişik tipte medyayı alıp göndermeyi desteklemiştir. Mesajlar ve aramalar uçtan uca şifrelemeyle korunmaktadır, yani WhatsApp da dâhil olmak üzere hiçbir üçüncü kişi onları okuyamaz veya dinleyemez. WhatsApp 2014'te Facebook'a katıldı, ama tüm dünyada hızlı ve güvenilir bir şekilde çalışan bir mesajlaşma hizmetini geliştirme amacına odaklanmak için ayrı bir uygulama olarak çalışmaya devam ediyor (<https://www.whatsapp.com/about/>).

Whatsapp'ta grup sohbetleriyle tek seferde 256 kişiye kadar mesaj, fotoğraf ve video paylaşabilirsiniz. Ayrıca gruba isim verilebilir, sessize alınabilir veya bildirimler tercihe göre ayarlanabilir. Ücretsiz görüntülü arama sayesinde de resim veya yazının yetmediği

durumlarda yüz yüze sohbet etme şansı da vermektedir. E-posta ve dosya paylaşma uygulamalarıyla uğraşmadan PDF, belge, e-tablo, slayt gösterisi ve daha fazlası gönderilebilir. 100 MB'a kadar belge gönderilebilir. WhatsApp'ın en son sürümünde uçtan uca şifreleme getirilerek uçtan uca şifrelendiğinde, gönderilen mesajlar ve aramalar korunmuş oluyor. Bu mesajları sadece kullanıcı ve iletişimde olan kişi okuyabilir veya dinleyebilir, aradaki hiç kimse, WhatsApp bile bunları okuyamaz ve dinleyemez (<https://www.whatsapp.com/features/>).Whatsapp'a ilişkin bazı istatistikler aşağıda verilmiştir (<https://twitter.com/jankoum>):

- Ocak 2015 verilerine göre aktif kullanıcı sayısı 700 milyondur.
- WhatsApp bir numaralı mesajlaşma uygulaması ve mobil mesajlaşma sektörünün yüzde 75'ine sahiptir.
- WhatsApp Android platformunun en çok indirilen beşinci uygulamasıdır.
- WhatsApp'ın sadece 55 çalışanı vardır.
- Uygulama 32 dilde; Android, iPhone, Blackberry, Apple, Nokia, Windows Phone platformları ile cihazlarında kullanılabilir.
- WhatsApp'ın tanıtım, reklam bütçesi tam olarak sıfır. Ayrıca Whatsapp'ta her gün (<http://www.sozcu.com.tr/2016/teknoloji/rakamlarla-whatsapp>):
- 30 milyar mesaj,
- 700 milyondan fazla resim,
- 200 milyondan fazla sesli mesaj,
- 100 milyondan fazla video, paylaşılıyor.
- Bir milyondan fazla kullanıcı kayıt oluyor.
- Ortalama bir kullanıcı WhatsApp'ı günde 23 kez açıyor ve ayda 100'den fazla mesaj paylaşıyor.
- Kullanıcılar WhatsApp'ı ortalama haftada 195 dakika kullanıyor.
- Ayrıca İnternette paylaşılan selfielerin yüzde 27'si WhatsApp kaynaklıdır.

**2.1.7.9.2. Skype.** Günümüzün en çok tercih edilen görüntülü arama programlarından biri olan Skype, 23 Nisan 2003 tarihinde kurulmuştur. Kuruculuğunu ve geliştirme özelliklerini Microsoft'un gerçekleştirdiği Skype, kısa sürede Windows, Linux ve Mac işletim sistemlerinin temel programlarından biri haline gelmiştir. Program sesli arama ve mesajlaşma gibi özellikleri barındırmaktadır. Android ve IOS özellikli akıllı telefonlara da

yüklenebilen programın geniş bir kitleye hitap ettiği bilinmektedir (<http://kimkurdu.com/skypei-kim-kurdu/>). Skype'ın diğer bazı özellikleri aşağıda verilmiştir(<https://www.skype.com/tr/about/>):

- Anlık mesajlaşma, sesli ve görüntülü çağrı özellikleri bulunmaktadır.
- Skype; telefonda, bilgisayarda ya da Skype özellikli bir televizyonda kullanılabilir.
- Skype'ta, uygulamayı kullanan diğer kişilerle konuşmak onları görmek ve anlık mesajlarla görüşmek ücretsizdir.
- Düşük bir ücret ödenirse daha fazla özellikten, daha fazla şekilde yararlanılabilir ve daha fazla kişiye ulaşılabilir. Örneğin telefonlara çağrı yapılabilir, WiFi ağlara erişilebilir ya da SMS gönderilebilir. Bunun için tercihe göre kullandıkça ödeme yapılabilir ya da abonelik satın alınabilir.
- 41 milyon kişi ortalama 13 dakikasını Skype'a ayırdığı, kullanıcıların %46.3'ü erkek, %53.7'si ise kadın, 18-49 ve 25-54 yaş aralıkları ise en çok yüzdesi bulunan yaş aralıkları, kullananların %52,8'i evli, %33.3'ü ise lise ve üstü okulları bitirdiği bilinmektedir (<http://shiftdelete.net/skypein-istatistikleri>).

**2.1.7.9.3. Snapchat.** Fotoğraf ve video çekimi yaparak üzerine çeşitli notlar eklenmesiyle insanların kendi arkadaşlarıyla paylaşım yapılmasına imkân veren sosyal ağ ve anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Bu uygulamadaki paylaşımlar 1-10 saniye arasında görülmekte ve daha sonra paylaşılan kişilerde görünmemektedir. Uygulamanın en önemli ve farklı görülen özelliği de budur. Paylaşmış olunan fotoğrafların daha sonrasında silinecek olmasının dışında bu fotoğraflar ekran kaydetme programlarıyla alınabilir. Screenshot da fotoğrafların alınmasını sağlamaktadır. Bunun yanında mesajların görünümü de kişinin belirlediği bir süre sonunda arkadaşlarının görünümüne kapatılabilir (<http://snapchatturkiye.com/>). Snapchat'e yönelik istatistikler aşağıda verilmiş olup, verilerin tespit edildiği tarih yanda verilmiştir(<http://www.sibelhos.com/snapchat-istatistikleri-2016>):

- Snapchat'in günlük 100 milyon aktif kullanıcısı var (26.05.2015).
- Snapchat aktif kullanıcıların %65'i içeriğe günlük katkıda bulunuyor (26.05.2015).
- Snapchat'te her saniye 9,000 fotoğraf paylaşılıyor (26.01.2016).
- Araç kullanıcılarının %11'i araç kullanırken Snapchat hesabını da kullandığını söylüyor (19.05.2015).

- Snapchat'teki selfilerin diğer sosyal medya kanallarında paylaşılma oranı: %5'tir (16.03.2014).
- Snapchat'te günde 8 milyar video görüntüleniyor (29.02.2016).
- Online alışveriş yapan insanların % 76'sı Snapchat kullanıyor (Ağustos 2015).
- Snapchat kullanıcılarının %73'ü milenyum kuşağı (24.09.2015).
- Snapchat kullanıcılarının %54'ü uygulamayı her gün kullanıyor (26.01.2016).
- Snapchat'te haftada 2-5 arası giren kullanıcıların oranı: %32'dir (26.01.2016).
- Snapchat kullanıcıları günde ortalama 30 dakika uygulama üzerinde zaman geçiriyor (29.02.2016).
- Snapchat Discover'ı her ay 60 milyon insan ziyaret ediyor (12.08.2015).
- Snapchat kullanıcılarının %45'i, 8-24 yaş arasında (Mart 2015).
- Snapchat kullanıcılarının %71'i 25 yaş altıdır (28.07.2014).
- Snapchat kadın kullanıcı oranı: %70'tir (20.11.2013).
- Her gün 400 milyon snap atılıyor (20.11.2013).
- Hikâyeler-stories Snapchat'in en fazla öne çıkan özelliğidir (20.06.2014).
- Snapchat stories- hikâyeler 1 milyar günlük görüntülenme sayısına ulaştı (20.06.2014).
- Yetişkin internet kullanıcılarının Snapchat kullanma oranı: %4'tür (20.11.2014).
- Snapchat kullanıcılarının %72'si Facebook Messenger'ı da kullanıyor (2015'in ilk çeyreği).
- Snapchat kullanıcılarının Whatsapp'ı da kullanma oranı: %54'tür (2015'in ilk çeyreği.).
- Snapchat'in şirket değeri: 15 milyar dolardır (13.03.2015).

### 2.1.8. Sosyal (Yeni) Medya ve Geleneksel Medya Karşılaştırılması

Dilimizde genellikle kitle iletişim araçları yerine kullanılan medya kavramının anlamı “Latince ortada bulunan, aradaki, araç, ortam, doğrudan olmayıp etkinlikleri dolayımlayan anlamına gelen ‘medium’ sözcüğünün çoğuludur” (Çakır Berzah, 2006, 8). Medya süreç içerisinde bazı evrimler geçirmiştir. Bunun sonucunda evrilen bilgisayar, telefon gibi medya araçlarının internetle buluşmasıyla “yeni medya” veya “sosyal medya” diye adlandırdığımız yeni medya araçları hayatımıza girmiştir. Sosyal medya ve geleneksel medya arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Nitekim “yeni medyada geleneksel



medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir” (Binark, 2007, 5). Atun ve Çakmak (2013) ise, sosyal medyayı şöyle açıklamıştır; dijitalleşen medyanın diğer tüm medya formları için de taşıyıcı bir unsur haline gelip, telefon görüşmeleri, dergiler, filmler ve diğer medyaların artık internet bünyesinde toplandığı dile getirilmiştir. Bu durum yapı itibariyle farklı olan bütün medyaların yakın ve benzer ortamı paylaştıkları anlamına gelir. Medyanın gittikçe sadece bilgi kaynağı olmaktan çıkıp bir koordinasyon alanı haline gelmesi olan bu durum “medya yakınsaması” olarak belirtilmiştir. Bir zamanlar sadece dinleyen, izleyen veya duyan gruplar artık yeni medya ortamlarında bir araya gelip birbirleriyle de konuşabiliyor.

Yeni medyayı geleneksel medyadan ayırt eden özellikler, Ronald E. Rice’a (1978) göre; içeriğin işlenmesine ve iletişimin yapılandırılmasına imkân veren *hesaplama*, birbirinden çok uzaktaki insanlara içeriğe erişim ve bağlantı imkânı sunan *telekomünikasyon şebekeleri*, dağıtım şebekelerinden aktarıma, içeriğin veri olarak yeniden üretilebilirliğine ve metin, ses ve görüntü gibi çok sayıda tarzın bütünleşmesine ve sunumuna imkân veren *içeriğin sayısallaşması* şeklindedir (Akt., Mutlu, 2012).

Sönmez (2013) ise, yeni medya diğer ismiyle sosyal medya sitelerinde içeriklerin büyük bir kısmının kullanıcılar tarafından üretilmiş olmasını, sosyal medya ile geleneksel medya arasındaki önemli bir fark olduğunu belirtmiştir. Sosyal medya aracılığıyla kullanıcılar kendilerini ifade edebilme ve istekleri doğrultusunda içerik gönderebilme fırsatına sahipken; geleneksel medyada yayıncılar ve içerik üreticileri belirli bir yapıya sahip olup, içerikte belirli ve planlı bir yol izlerler. Geleneksel medyada kitlelere hitap edilip, genellikle bireysel özellikler göz önünde bulundurulmaz. Yayınların olabildiğince çok kişiye ulaşip, yüksek reyting elde etmek amaçlanır. Sosyal medyada ise, daha çok bireyselleştirilmiş, birkaç merkez yerine çok merkezli bir medya ortamı oluşturmaktadır. Sosyal medya sayesinde kişiler içeriklerini istedikleri kadar kişiye iletebilirler. Çünkü burada kişi sayısının önemi olmayıp, kullanıcılar birbirleriyle etkileşim içerisindedirler. Bu çerçevede birbirinin içeriklerini, yayınlarını, mesajlarını görebilir, onlar hakkında yorum yapabilir ya da kullanıcılar birbirleriyle mesajlaşabilir, konuşabilirler. Dolayısıyla Sosyal medya sağladığı imkânlarla geleneksel medyaya göre kullanıcılara daha büyük kolaylıklar sağlamaktadır.

Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farkları tanımlamaya yardımcı olacak özellikler kullanılan yöntemlere göre farklılık gösterebilir. Bu özelliklerden bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz (Ülger, 2012, 302):

- Erişim: Genel bir kitleye erişime olanak tanıma, hem sosyal medya hem de geleneksel medyada mevcuttur.
- Erişilebilirlik: Daha çok özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğinde geleneksel medya için üretim yapılır. Sosyal medya araçları genellikle çoğu kişi tarafından çok az veya hiç maliyet olmadan kullanılabilir.
- Kullanılabilirlik: Geleneksel medya üretimi için genellikle uzmanlaşmış yetenekler ve eğitim gerekirken, sosyal medya için bu geçerli değildir veya bazı durumlarda yetenekler tamamen değişmiş ve yenidir. Yani herkes üretimde bulunabilir.
- Yenilik: Geleneksel medya ile iletişime geçmek günler, haftalar, hatta aylar sürebilirken; sosyal medya kişilere anında etki ve tepkisi olan veya tepkilerin zaman aralığını kişilere kaldığı bir iletişim ortamı sunmaktadır. Geleneksel medya da sosyal medya uygulamalarına adapte olmaktadır. Süreç içerisinde bu farklılığın ortadan kalkacağı düşünülmektedir.
- Kalıcılık: Geleneksel medya yaratıldıktan sonra değiştirilemez. Örneğin bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz. Oysa sosyal medya yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilir.

### 2.1.9. Sosyal (Yeni) Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Bilgiler Öğretimi

Her yaştan insanı; çocuk, genç, yetişkin ayırt etmeksizin mesajlarını alıcılara, kitle iletişim araçlarının avantajlarını kullanarak ulaştıran geleneksel medya, uzun yıllar gündemimizi belirlemekle kalmamış, aynı zamanda ürettiği içeriklerle yaşantımıza müdahale etmekte olup, beğeni ve arzularımızı yönlendirerek biz tüketicilerin hayatında önemli bir fenomen olarak yerini almıştır. Medya okuryazarlığının dünyada ve ülkemizde son dönemde öneminin daha çok anlaşılmasını sağlayan medya tüketim kültürü, birey için önemli ihtiyaçlardan biri olmuştur. Medyanın sunduğu mesajları daha iyi anlamlandırma, estetik ve etik özellikler yönünden değerlendirebilme ve medya içeriklerini bilinçli tüketebilme süreci olarak nitelendirilen medya okuryazarlığının amacı çocuklar üzerindeki

medyanın olumsuz etkilerini en aza indirmektir. Nitekim Medya Okuryazarlığı eğitimi ihtiyacı, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hissedilmiştir.

Türkiye’de Medya Okuryazarlığı’nın bir ders olarak okutulması sürecinin en önemli adımı RTÜK-MEB işbirliği ve bu işbirliğinin sonucunda ilköğretim kademesinde seçmeli ders olarak kabul edilmesi olmuştur. Uzman ve eğitimcilerin medya araçlarının çocuklar üzerinde riskler oluşturduğu ve okullarda şiddet olaylarının meydana gelmesi, bu olaylara televizyon yayınlarındaki ve internet oyunlarındaki şiddet içeriğinin neden olduğuna yönelik görüşlerin belirtilesi üzerine Radyo ve Televizyon Üst Kurulu konuyla ilgilenip, 2004 yılında Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulan, ülkemizin başlıca kurumlarında kurumlarının bulunduğu Şiddeti Önleme Platformunda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ilk kez ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermiştir. Bu konuda hız kesmeden devam eden çalışmalar, 22 Ağustos 2006 tarihinde önemli bir neticeye ulaşmıştır. Nitekim Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu arasında “Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü” imzalanarak, “İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı” 31.08.2006 tarihinde MEB Talim ve Terbiye Kurulu’nda görüşülerek kabul edilmiştir (RTÜK, 2007; Akt. Altun, 2009).

Geleneksel medyada tüketicilerin daha pasif medya okuru konumunda olmaları, medyada aktif rol almanın birtakım güç yollardan geçmeyi gerektirmiştir. Eski medyada kitleiletişim araçları herkese eşit fırsatlar sunmuyordu. Örneğin gazetede köşe yazmak, televizyonda program yapmak ve radyoda sesini duyurmak kolay değildi. Ancak internetin sosyal hayata hızla girmesiyle bu durum boyut değiştirmiştir. Diğer taraftan internetle birlikte gelen özgürlük ortamı ise teknik bilgi ve beceri ihtiyacını doğurmuştur. Çünkü Web 2 teknolojisiyle insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelen “sosyal medya” kavramı ortaya çıkmıştır. Artık insanlar rutin birçok ihtiyacının cevabını sosyal medyada arar olmuştur. Nitekim Facebook hayatla ilgili birçok bilginin paylaşıldığı geniş bir ajandaya, Youtube ise yayın içeriğinin nasıl olacağına kullanıcıların karar verdiği bir yayın ağına, blog ortamları popüler ve yeni yazarların kendilerine ait gazete köşelerine, Twitter ise tüm dünyadan en son gelişmelerin dakika dakika takip edilebileceği bir haber ajansına dönüşmüştür. Kullanıcılarına medya içeriklerini üretmek ve paylaşmak için yeni bir fırsat, yeni bir rol veren sosyal medya, artık bilgisayar ve elektronik cihazlardan rahatlıkla ulaşabileceğimiz içerikleri ile sosyal hayatımız için vazgeçilmez araç haline gelmiştir.

Sosyal medyanın sunduğu yeni ortamda düşüncelerinizi, yazılarınızı, video ve fotoğraflarınızı, konumunuzu rahatlıkla paylaşabiliyor, sosyal ağ genişliğinize göre milyonlara ulaşabiliyorsunuz. Bu da beraberinde “okuryazarlık” kavramını getirmektedir. Çünkü geleneksel medyanın aramıza koyduğu, “ben üreticiyim, sen tüketicisin” anlayışı sosyal medya ile değişerek, artık sosyal medya okuryazarı veya diğer ismiyle yeni medya okuryazarı bireylerin çıkmasını sağlıyor. Sosyal medya okuryazarlığı, etkin sosyal ağ profili yönetimi, sosyal ağlarda bilinçli olarak içerik üretme ve tüketme, paylaşılan içerikleri anlamlandırabilme becerisi şeklinde tanımlanabilir. Binark ve Bayraktutan (2013) sosyal (yeni) medyaya ilişkin eserinde Sonia Livingstone’un sosyal medyanın üç bileşeni olduğu belirtilmektedir. Bunlar; okuryazarlığın bir bilme biçimi olması, okuryazarlığın bireysel beceriler ve toplumsal pratikleri bağlayan bilmenin yerleştirilmiş bir biçimi olduğu ve okuryazarlığın neyin kültürel olarak kural, neyin onaylanmayan olduğu bilgisini kapsayan kültürel olarak düzenlenmiş yetkinlikler dizgesi olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla sosyal medya okuryazarlığı kişinin, sosyal medyayı kullanırken önemli özelliklerinden yararlanırken, bu ortamlardaki risklere karşı da kendini geliştirip, dikkatli olur.

Gün geçtikçe hayatımızda daha büyük bir yer işgal eden sosyal medyanın varlığı bu konunun önemini görmemizi kolaylaştırıyor. Geleneksel medyaya nazaran doğru ve yanlış bilgiyi bir arada sunan sosyal medyada zamanla devasa bir bilgi yığını bulunmakta olup, doğru bilgiye ulaşmak da sizin sosyal medya kullanım becerilerinize göre değişebilmektedir. Bu yüzden Avrupa ülkelerinde sosyal medya okuryazarlığı eğitimlerine başlanmıştır. Bu konuda İngiltere’de 13-14 yaşlarındaki öğrencilere sosyal medyada paylaşılan ne tür mesajların hakaret içerebileceği, kişilik haklarına saldırı sayılabileceği konularına sahip dersler bir okulda verilmektedir. Bu konuda ülkemizde ise, Radyo Televizyon Üst Kurulunca medya okuryazarlığı faaliyetleri yürütülmekte olup, bu çalışmaların; yetişkin, öğretmen, öğrenci ve medya çalışanları şeklinde dört temel hedef kitlesi bulunmaktadır. Bu yüzden geleneksel medya ve interneti de temel alan medya okuryazarlığı çalışmaları sosyal medya okuryazarlığını da kapsayacak şekilde genişletilerek, geleneksel medyadan daha farklı niteliklere sahip sosyal medyanın verimli kullanımı ve olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik yeni çalışmalar gerekmektedir. Medya okuryazarlığının en önemli hedef kitlesi olan çocuk ve gençlerin, sosyal medyada nasıl mesajlar paylaşacakları, bu ağlarda ne kadar süre geçirecekleri, sosyal medyayı ne şekilde verimli kullanabilecekleri konularında onlarda öncelikle farkındalık oluşturmak gerekmektedir. Sürekli değişen ve gelişen dünyayı daha iyi uyum sağlamak için bu konuda

sosyal bilgiler eğitimcilerine düşen görevler (Efe Özad, 2011): “öğrencilerine eleştirel bakış açısı kazandırmak, etkin okuma ve dinleme becerisi geliştirmek, seçme ve izleme becerisi geliştirmek” (s.94). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal medya okuryazarlığı konusunda niteliklerini geliştirmeleri gerekmektedir. Bu ise Medya Okuryazarlığı dersi işlenirken bazı temel soruları öğretmenlerin göz önünde bulundurması gerekmektedir. Bunlar (Thoman ve Jolls, 2003):

- Öğretmen öğrencilerine mesajın ne olduğunu mu söylemeye çalışmalı yoksa öğrencilerine mesajın ne olabileceğine dair yetenekleri mi vermeli?
- İyi kanıtlara dayandığı sürece öğrencilerinin açıklamalarını kabul etmeye hazır olduğumu onlara bildirdi mi, yoksa sadece kendi görüşlerinin doğru olduğu fikrini mi onlara hissettirdi?
- Dersin sonunda öğrenciler daha çok eleştirel mi görünüyor yoksa alaycı mı görünüyorlar? Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin bu yansıtıcı düşünme sürecinin ardından medya okuryazarlığına ilişkin kendilerine beş anahtar soruyu yöneltmesi gerekmektedir. Bunlar (Thoman ve Jolls, 2003):
- Bu mesaj kim tarafından oluşturuldu?
- Bu mesajda ilgimi çekebilmek için ne çeşit teknikler kullanıldı?
- Bu mesajı başka insanlar benim anladığımdan farklı bir şekilde nasıl anlamış olabilirler?
- Bu mesajda ne tür yaşam biçimleri, değerler ve görüşlere yer verilirken, hangileri görmezden gelinmiştir?
- Bu mesaj neden gönderilmiştir?

### **2.1.10. Çocukluk Kavramı ve Sosyal Medya Kullanımı**

Sosyal medya kullanımı denilince çocukların değişen yaşam şekillerinin değişmez parçası akla gelmektedir. Özellikle şehir hayatında yaşam alanları sınırlı olan çocukların, çocukluklarını yaşama şekilleri buna bağlı olarak iletişim kurma ve bazı ihtiyaçlarını karşılama yöntemleri de değişmiştir. Bu süreçte sosyal medya çocukların hayatına girerek onlar için yeni bir tüketim alanı açmıştır. Çocuk “iletişim çağında, iletişim araçlarının ilk hedef kitlesi olduğu gibi en çok medya tüketicisi de çocuktur. Teknolojik her şeyin çocuğa göre uyarlanmasına dayandırılan teknolojik çocuksuluk ise çocukluk tasarımını hızlandırdığı gibi aynı zamanda çocukluğu da yeni biçimlere büründürmüştür” (Şirin, 2006, 13). Sosyal medya kullanımı denilince çocukların değişen yaşam şekillerinin

değişmez parçası akla gelmektedir. Özellikle şehir hayatında yaşam alanları sınırlı olan çocukların, çocukluklarını yaşama şekilleri ve buna bağlı olarak bazı ihtiyaçlarını karşılama yöntemleri de değişmiştir. Çocukların hayatlarının bir parçası haline gelen sosyal medya onların birçok ihtiyacına da cevap vermektedir. Bu konuya Ülger'in (2012) çalışmasında geniş şekilde yer verilmiştir. İnternet ve sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanılmasının öğretim faaliyetlerine farklılık kattığı belirtilmiştir. Nitekim 13-14 yaşlarındaki Malezyalı çocuklar üzerinde yapılan bir araştırmada genel anlamda bilgisayar oyunlarının eğitim çevrelerinde kullanılmasının yeni bir pedagojik yöntem olduğu ve yaratıcı algıyı geliştirdiği üzerinde durulmuştur. Benzer şekilde Tayvanlı ilköğretim öğrencileri üzerinde yapılan ve internetin “araç”, “oyuncak”, “telefon”, “alan” veya “bilgi hazinesi” (5T-tool, toy, telephone, territory, treasureof information) işlevleri arasında hangisi olarak konumlandırıldığını sorgulayan başka bir araştırmada da çocukların, interneti hem eğitim konusunda hem de günlük yaşamlarında yararlı ve güçlü bir araç olarak niteledikleri bulgulanmıştır.

Bunun yanı sıra internet, zaman ve mekân unsurlarının hüküm süremediği bir alandır. Coğrafi bakımdan dünyanın ayrı uçlarındaki bireyler, diledikleri gün ve saatte sohbet edebilir, alışveriş yapabilir ve dosya paylaşılabilir. Bu sürece görüntülü kameranın da dâhil oluşu, bilhassa sohbet bakımından internetin cazibesini daha da artırmıştır. Nitekim bu gerçek kendini rakamlarla da göstermektedir. Lenhart ve Madden'e (2007) göre 12-17 yaş arası ABD'li gençlerin %93'ü internet kullanmakta, bunların %55'i de sosyal paylaşım sitelerine girmektedir. Öte yandan kullanıcılar, kendi bloglarını duyurmak için Friendster, Facebook, Tribe ve Bebo gibi sosyal ağlar arasından, dünya çapında 300 milyon kullanıcısıyla öne çıkan MySpace'i tercih etmektedirler (De Souza ve Dick, 2009). Türkiye'de ise 2009 yılı Nisan ayı içerisinde gerçekleştirilen hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına (<http://www.tuik.gov.tr>) göre, bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24 yaş aralığıdır. Son üç ay içerisinde internet kullanan bireylerin %72.4'ü-e-posta göndermek/almak, %70'i gazete-dergi okumak, %57.8'i sohbet odalarına mesaj ve anlık ileti göndermek, %56.3'ü de oyun, müzik, film, görüntü indirmek ya da oynatmak için interneti kullanmıştır (Ülger, 2012). Özellikle çocukların sosyal medya kullanımlarının önemli gerekçelerinden bazıları da şöyledir (Ulusoy ve Bostancı, 2014) Bir sosyal medya ağının parçası olmak:

- Çocukların sosyal açıdan gelişmeleri için, beceri geliştirebilirler,
- Belli bir arkadaş grubuyla sürekli sürekli bir iletişim içinde olmaları yönündeki aidiyet hislerini geliştirir,

- Sosyal medya ile sınıfta işlenen konuları okuldan sonra da tartışabilme ve yeni bilgilere ulaşma olanağı edinebilir,
- Sosyal medya çocukların kendi kimlikleri ve yaratılışlarını tanımaları ve karakterlerini geliştirmeleri için imkân sağlar,
- Kendisiyle benzer düşüncelere sahip akranlarıyla paylaşımda bulunarak, düşüncelerine destekçi bulurlar,
- Kişisel sağlıklarıyla ilgili bilgiye ulaşır; bunu kimliklerini açıklamadan bilgi sahibi olabilirler.

Tüm bu cazip avantajlar göz önünde bulundurulduğunda internet ve sosyal medya kullanımı çocuk için vazgeçilmez bir hal almıştır. Ancak bilinçli ve etkin sosyal medya kullanımının gerekliliği göz ardı edilmeden çocuklara teknolojiyle tanışmadan önce yaptırılması gereken bazı faaliyetler şöyle sıralanabilir (Ocak, 2013):

- Çocuk harita veya pusulayla yön bulabilme,
- Dışarıda ip atlayabilme,
- Doğada bir tepeye tırmanabilme,
- Güneşin doğuşu ve batışını inceleyebilme,
- Çamurda arkadaşlarıyla oyun oynayabilme,
- Bir adaya gidebilme,
- Ağaca tırmanabilme,
- Balık tutabilme,
- Rüzgârda yürüyebilme,
- Sahilde midye kabuklarını toplayıp, oyun oynayabilme,
- Birini kuma gömebilme,
- Dalından koparıp bir elmayı yiyebilme,
- Doğada vahşi hayvanları görebilme,
- Farklı böcekleri inceleyebilme,
- Şelale görebilme,
- Ağaç dikebilme,
- Kamp yapabilme,
- Kartopu oynayabilme,
- Bir kuşu elle besleyebilme,
- Kumdan kaleler yapabilme,
- Büyük bir kanyonda gezebilme,

- Uçurtma uçurabilme,
- Gölde yüzebilme ve
- Yağmurlu havada yürüebilme deneyimlerini yaşabilme fırsatına sahip olmalıdır.

### 2.1.11. Sosyal Medyanın Faydaları

Günümüz internet aktörlerinin en önemlilerinden olan sosyal medyanın birçok avantajı olup bunlar (Sözmez, 2013):

- Bir mesajın, bir iletinin paylaşılması ve yayılması süreci oldukça seri bir süreçtir.
- Sosyal medya üzerinden tüm dünyayı bir olay veya durum hakkında haberdar etmek oldukça kolay ve hızlıdır.
- Sosyal medyanın kullanımı basittir: Sosyal ağ sitelerinin kullanım arayüzleri oldukça basit bir şekilde kullanılabilir şekilde geliştirilmiştir. Bu bakımdan sosyal medyanın kullanımı kolaydır.
- Sosyal medya ucuzdur: Facebook, Twitter gibi sosyal ağ sitelerinin kullanıcısı olmanın hiçbir ücreti yoktur. İsteyen herkes bu ağ sitelerine hiçbir maliyet getirisi olmadan üye olabilirler.
- Sosyal medya iletişimi kolaylaştırır: Günümüzde sosyal ağ kullanıcısı olan çoğu insan, bu ağlar üzerinden birbirleriyle etkileşim ve iletişim kurmaktadır. Üstelik bu iletişimin sağlanması için zamanın ya da mekânın önemi yoktur.

**2.1.11.1. Çevrimiçi (online) alışveriş.** Günümüzde giderek yaygınlaşan ve gelişen çevrimiçi alışveriş bilgisayar ve internet kullanıcıları için vazgeçilmez bir alışkanlık haline gelmiştir. İnternet aracılığıyla istenen ürün veya ürünlere ulaşmak, sipariş vermek mümkün olmaktadır. Bu çevrimiçi alışveriş kapsam olarak oldukça genişlediği için gıdadan otomobile pek çok şeyi satın almak mümkün olmuştur. Bu yüzden çevrimiçi alışveriş sitelerinin kullanıcı sayıları gittikçe artmaktadır.

*İnternet Üzerinden Alışverişin Geleneksel Alışverişe Göre Avantajları*

- Mağazadaki kalabalıktan kurtulmak
- Kuyrukta beklemek şeklindeki sorunların oluşmaması
- Fiyatların nispeten daha düşük olması
- Alışverişin müşteriye rahat ve kolay bir ortam sağlaması



- Günün her saati alışveriş imkânı tanınması
- Ürün çeşidinin fazla olması

*İnternet Üzerinden Alışverişle İlgili Dikkat Edilmesi Gereken Bazı Önemli Hususlar:*

- Kredi kartı ile ilgili güvenlik kaygılarının olması
- Kimlik bilgilerinin başkasının eline geçebilme kaygısı
- Ürüne dokunamabilme, ürünü deneyebilme ve ürünün gerçek ebatlarını ile ilgili kaygılar
- Teslim süresinin uzun zaman alabilmesi
- Hizmet sağlayıcılardan oluşan erişim hızı düşüklüğü

**2.1.11.2. İnternet bankacılığı.** Ülkemizde 1998 yılında teknolojik gelişmelerle aynı oranda, Türk bankaları da internet bankacılığı hizmeti sunmaya başlamışlardır. İnternet bankacılığı ile şu işlemler yapılabilmektedir Ocak (2012):

- Hesap bakiye ve hesap özeti görüntülenebilmekte
- Fatura ödemesi yapılabilmekte
- Hesaplar arası transfer yapılabilmekte
- Kredi kartı işlemler yapılabilmekte
- Çek ve senet işlemleri yapılabilmekte
- SGK ödemeleri yapılabilmekte
- Vergi ödemeleri yapılabilmekte
- Eğitim ödemeleri yapılabilmekte
- Döviz ve altın alım satımı
- Yatırım hesabı işlemleri (fon ve hisse senedi alım satımı vb.) yapılabilmekte
- Hesap açma işlemleri kolaylıkla yapılabilmekte
- Talimat işlemleri yapılabilmektedir.

*İnternet Bankacılığında Web Sayfasının Güvenli Olduğunu Nasıl Anlarsınız?*

Tanıdığınız birinden veya üyesi olduğunuz herhangi bir yerden (bankalar, alışveriş siteleri, sosyal ağlar...olabilir) gelen bir posta, sizden kimlik bilgilerinizi doğrulamanız talebinde bulunduğu, bunun bir yem e-posta (phishing) olabileceğini unutmayınız. Zira e-posta ve yönlendirileceğiniz web sayfaları, rahatlıkla taklit edilebilir ve sizin şahsi bilgileriniz basit bir şekilde başkalarının eline geçebilir. Güvenli bir web sayfası olduğuna

emin olabilmek için adres satırını kontrol edebilirsiniz. Özel bilgilerinizi gireceğiniz adresin; https (security) ile başlayan ve yanında asma kilit simgesi bulunan bir web sayfası olduğuna dikkat ediniz.

*Phishing(yem) e-postalarına karşı ne şekilde önlem alınabilir?*

- Sizin tarafınıza gönderilen e-posta'nın kimlerden geldiğinden ve doğruluğu konusunda emin olunuz. Tanımadığınız kişiler tarafından aldığınız maillerdeki linkleri tıklamayınız veya gönderilen dosyaları açmayınız.
- Banka veya ticari kurumlardan gelmiş şekilde gösterilen ve tarafınızdan şifre, kullanıcı adı, müşteri numarası, kredi kartı numarası, kimlik numarası türünde bilgileri isteyen e-postaları önemsemeyiniz ve hemen siliniz.
- E-postalardaki linklerin üzerinden herhangi bir bankanın internet bankacılığına girmeyiniz.
- İnternet tarayıcınızın üst kısmında bulunan adres barındaki adresin “https” ile başladığını kontrol ediniz, “https”in son kısmında yer alan “s” harfi bu sayfanın güvenli ve çeşitli şifreleme yöntemleri ile işlem yaptığını belirtir. Dahası internet tarayıcınızın sağ alt kısmında yer alan kapalı kilit işareti, yine güvenli ve şifrelenmiş bir sayfada işlem yaptığınızı belirtir.
- Phishing saldırısından şüphelendiğiniz bir e-postaya cevap verdiyseniz eğer, hemen kart ve internet şubesi şifrelerinizi değiştiriniz. Bankanızın çağrı merkezini arayıp, konu hakkında onları bilgilendiriniz.

*SSL Nedir? Nasıl Çalışır?*

İnternet bankacılığı çok yüklü miktarda veri alışverişine olanak tanımaktadır. Bu veri alışverişi, müşteri ve banka arasında internet ortamında gerçekleşirken, başkalarının da bunu görme ve izleme ihtimali bulunmaktadır. Bu yüzden internet bankacılığı hizmeti sunan bankalar, transfer işlemi esnasında verileri şifreleme yoluna giderler. SSL protokolü adı verilen bu güvenlik sistemi, verilerin şifrelenmesine olanak tanır. Bu özel şifreyi çözmek ve anlaşılabilir bir duruma getirmek, ancak ilgili bankadaki ilgililerce gerçekleştirilebilir. Bu işlem esnasında kötü amaçlı kişilerin erişebilecekleri tek şey anlaşılabilir bir bilgi kümesinin ötesine geçemez. SSL protokolü, 40 bit ve 128 bit arasında

olabilir. Bu rakam yükseldikçe, protokolün sunduğu güvenlik seviyesi de yükselecektir. 40 ve 128 sayılarının manası, şifreleme için kullanılan ve rastgele türetilen anahtarın uzunluğudur.

**2.1.11.3. e-Devlet.** Ocak'a (2012) göre "e-devlet" ile sunulan kamu hizmet kalitesini ve performansını iyileştirerek klasik devlet anlayışından farklılık arz etmektedir. "Akıllı devlet", "dijital devlet" şeklinde de isimlendirilebilen e-devlet kavramı, devletin kendi işleyişini ve sunduğu hizmetleri bilişim teknolojilerinin yardımıyla vatandaşlarına sunmasıdır. E-devlet, kamu hizmetlerinin bilişim teknolojileri temelinde yeniden inşa etmiştir. Bir başka deyişle, e-devlet, ticari kurum ve kuruluşlar ile devletin farklı birimleri arasında iletişim becerilerinin artırılması yoluyla bürokratik süreçlerin otomasyona geçişini anlatmak amacıyla kullanılan bir kavramdır.

*E-Devletin Başlıca Önemli Amaçları Şunlardır:*

- Maliyetleri aza indirmek,
- Şeffaf bir hizmet ortamı sunmak,
- Hızlı ve basit bir şekilde hizmet vermek,
- Günün her saatinde hizmet verebilmek,
- Verimliliği artırmak ve bürokratik işlemlerden uzaklaşmak,
- Hataları en aza indirip, herkesi aynı oranda zamandan bağımsız biçimde devlet hizmetlerinden faydalandırmaya çalışmak.

Ülkemizde e-devlet hizmetleri, 2005 yılından bu yana <http://www.turkiye.gov.tr> adresi üzerinden verilmektedir.

**2.1.11.4. Sosyal medyanın eğitsel amaçlı kullanımı.** Bilindiği gibi öğrenciler; bloglar, podcastler, Wikiler, Facebook ve MySpace gibi sosyal ağ siteleri, sanal dünyalar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri gibi Web 2.0 ve sosyal ağ teknolojilerini yoğun bir şekilde kullanarak, İnterneti hem sosyal hayatlarında hem de akademik yaşamlarında kullanmaktadırlar. Grant (2008) internetin eğitim ortamlarında yaygın kullanımıyla içeriğe erişim, içeriği kullanma ve bilgiyi paylaşma konusunda önemli kolaylıklarlar oluştuğunu vurgulamıştır. Öğrencilerin sosyal ağları kullanmasının, öğrenmeyidaha işbirlikli ortamlara taşınmasına zemin hazırladığı, aynı zamanda öğrenci ve öğretmenler arasında da etkili bir iletişim ortamı oluşturduğu söylenebilir (Akt. Akgündüz, 2013). Capogna'ya göre (2010)

internet, genellikle genel ve mesleki bilgi edinme, bireysel üretkenlik, sosyalleşme ve dil öğrenme düzeyini geliştirmek amaçlı kullanılıp, kişilere yeni fırsatlar sunar ancak bu katılımcıların aktiflik ve sorumluluk düzeylerine bağlıdır. Bu yeni ağ aidiyet duygusunu değiştirdiği gibi bireysel dijital kimlik oluşturmaya da yardım eder. Mesleki gelişimin temel aracı olan deneyim sosyal medya siteleri yoluyla mesleki bağlamda uygulanacak becerilere dönüştürülebilir ancak bu sadece kişisel gelişim projesi ile mümkün olabilir. Bu tür sosyal ağlar ile Twitter ve FriendFeed gibi sosyal medya araçları çeşitli konular için gruplar oluşturabilir. Kullanıcılar, bu sosyal ağları kullanmanın onları geliştirdiğini, bu tür ağlarda güvenebilecekleri ve sorunlarını paylaşabilecekleri insanların olduğunu ifade etmektedirler. Bosch (2009), farklı amaçlar için kullanılan Facebook'un öğrenciler tarafından, sınıf arkadaşlarını tanımak, internette ders materyalleri bulmak ve dersin yapılacağı yer ve zamanı verilen ödevlere ilişkin bazı soruları cevaplamak gibi işlevine dikkat çekmektedir. Ayrıca derslerin olmadığı zamanlarda arkadaşlarıyla çeşitli projeler gerçekleştirmek amacıyla da kullanıldığına dikkatleri çekmektedir.

### **2.1.12. Sosyal Medyanın Riskleri ve Temel Sorun Alanları**

Yapılan araştırmalardan ortaya çıkan sonuçlara göre bilgisayarlı iletişim, diğer iletişim biçimlerinin yerini henüz tamamen almamıştır. Ancak destekleyici olmuştur (Erdem, 2010). Özellikle de anlık mesajlaşma yazılımları ve sosyal ağlardaki paylaşımları göz önünde bulundurduğumuzda bilgisayarlı iletişim dünyayı küçük bir küresel köy haline getirmiştir. Sosyal medya önceleri telgraf, radyo, televizyon ve telefonla kat edilen yolun binlerce katını gerçekleştirmiştir. Artık dünyanın neresinde olursanız olun, diğer insanlar sadece bir ekran ve klavye uzaklığındadır. Aradaki mesafelerin bu kadar kısılması, iletişimi insanların gözünde “çok kolay” hale getirmiş, artık uzaktaki insanlar birbirlerini ekranların karşısından görerek aradaki “özlem” gibi duyguları ekrandan ekrana birbirlerini göremediklerinde yaşar hale getirmiştir. Ne var ki bu durum gerçek hayatta birbirlerini görme ihtiyacını büyük ölçüde azaltan hatta gereksiz kılan bir paradoksa dönüşmeye başlamıştır.

Bu konuda Jean Baudrillard'un makinelere “sanal” demesi ve makinelerin düşünceyi eksiksiz bir bilginin ortaya çıkmasına bağlı belirsiz bir kararsızlık içinde tuttuğunu söylemesi kuşkusuz yersiz değildir. Baudrillard bu düşüncesine şunları eklemektedir: “Burada da düşünce eylemi sürekli ertelenir, hatta düşüncenin lafı bile geçmez, tıpkı gelecek nesiller için özgürlük lafının geçmeyeceği gibi. Bu nesiller,

boşluktaalmış gibi kendilerini koltuklarına bağlayarak yaşayıp gideceklerdir. Aynı şekilde yapay akıl insanları da kendi zihin alanlarından bilgisayarları karşısında oturarak geçeceklerdir. Bilgisayarları önünde kıvıldamadan duran sanal insan, ekran aracılığıyla sevişir, derslerini ya da toplantılarını telekonferansla yapar. O bir hareket özürsü haline gelmiştir, kuşkusuz zihinsel olarak da özürsüdür” (Erdem, 2010, 65). Bilgisayarlı iletişim geçmişte daha çok kozmopolit elitistlerin “yeni” adı altında yaşamaya başladıkları ve günlük hayatlarının bir parçası haline getirdikleri bir iletişim şekli iken, günümüzde en gencinden en yaşlısına ve hemen her gelir seviyesindeki insanın hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Ancak bu vazgeçilmezlik beraberinde bazı risk faktörlerini de getirmiştir. Bu faktörler aşağıda açıklanmıştır.

**2.1.12.1. Sosyal ağlarda mahremiyet ve kişisel gizlilik.** Mahremiyetin sınırlarını belirlemek ve mahremiyeti tanımlamak oldukça zordur. Mahremiyet denince akla ilk gelen şeylerden biri “*gizlilik*” olsa da, gizlilik hali ve gizliliğin durumu her koşulda ve herkese göre değişebilmektedir (Erdem, 2010). Irwin Altman’a göre mahremiyet bir kimsenin kendisine veya grubuna ulaşma çabası üzerindeki seçici kontroldür. Bu tanım görüldüğü gibi mahremiyetin diğer boyutlarını dışlayıp, kişilerin hem yalnız başına kalma, hem de başkalarıyla birlikte bulunma isteklerine dikkatleri çekmektedir.

Yıldırım (2012) kişisel gizlilik ve güvenliğe ilişkin şu sorulara dikkat çekerek şöyle bir tanım yapmıştır: Sosyal medyaya giderek daha çok bağlanmamıza rağmen, ne zaman gizli bilgilerimizi önemsemeyi bıraktık? Kişisel gizliliğimizin kontrolünü ne zaman kaybettik? En basit çözüm Facebook’u kurduğu için Mark Zuckerberg’i suçlamak mıdır? Veya uygun hedef kitleyi bulabilmek ve pazarlama kampanyalarını şekillendirmek için kişisel verilere erişim sağlayan şirketleri mi suçlamalıyız? Sosyal ağlar eş zamanlı her türlü bilginin paylaşımı ve farklı yollarla iletişim imkânları sunarken, kişisel gizlilik ve güvenlik sosyal ağ ortamında önemli sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır (Donath, 2007).

Peki, sosyal medyanın önemli bir kavramı haline gelen kişisel gizlilik nedir? “*En temel tanım olarak kişisel gizlilik; bir bireyin kendisi hakkında başkalarının bilmesi gerektiği bilgileri belirlemesidir*” (Westin, 1995,73). Yıldırım (2012) bunu şu şekilde genişçe ele almıştır. Bazı sosyal ağlar, kullanıcıların profillerindeki verilere güvenmeleri ve kendileri ile ilgili özel tarihleri verme noktasında kullanıcılarının büyük bir çoğunluğunu ikna etmekte başarılı olmuşlardır. Çünkü Sosyal ağların öncelikli amaçlarından biri, çevrimiçi olan diğer kullanıcılar ile kişisel bilgilerin paylaşılmasını özendirme. Bu bilgiler isimleri, adresleri, doğum tarihlerini, iletişim adreslerini ve

fotoğrafları içermektedir. Ne yazık ki seçilmiş bu kişisel bilgiler kimlik hırsızlığı için gerekli olan bilgilerin ulaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu bilgiler ile pasaport gibi önemli bazı yasal belgeler bile elde edilebilir (Nasko ve diğerleri, 2010).

Binark ve Bayraktutan (2013) ise mahremiyet teknolojisi şirketi evido'nun sahip olduğu ücretsiz mahremiyet tarayıcısı eklentisi olan Ghostry, adlı eklentinin kullanıcılara bir internet sayfasında gizlenen, kullanıcının kendisinin göremediği, kullanıcının tarama alışkanlıklarına ilişkin veri toplamaya izin veren objeler olan web böceklerini kolaylıkla algılama ve denetleme olanağı sunduğunu belirtmektedir. Bu tarz uygulamaların kişisel medyada mahremiyeti koruma açısından önemli olduğu ve daha da geliştirilmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla tüm bu riskleri göz önünde bulundurarak gerçek dünyada aile olarak evimizi ve bize ait özel bilgileri korumak için çeşitli önlemler (kilit sistemleri, güvenlik kameralar vb.) alıyorsak, sanal dünyada da aynı biçimde çeşitli önlemler almamız gerekmektedir. Ocak (2012) bu önlemleri şu şekilde açıklamıştır:

- Virüs programları (antivirüs): Virüs engelleyici güvenlik yazılımı kullanın ve bunları daima güncel tutun.
- Reklam (Adware) ve Casus (Spyware) yazılım engelleyici programlar: Bu yazılımların genel olarak amacı, siz farkına varmadan bilgisayarınızdaki verileri toplayarak program yazılımcısına iletmektir. Bu yüzden bilgisayarınızda casus ve reklam yazılım engelleyici (Anti-spyware) kullanmanız önemlidir.
- Güvenlik duvarları: Güvenlik duvarı bilgisayarınız ve internet akışını kontrol eden yönlendirici bir araç olup, modern işletim sistemlerinin bir çoğu güvenlik duvarı yazılımı içermektedir.
- Veri yedekleme: önemli olan kişisel verilerinizi mutlaka taşınabilir bir belleğe kopyalayınız. Bu sadece bilgilerinizi çalmak isteyenlere karşı alınan bir önlem olmayıp, aynı zamanda bilgisayarınızın çalınması veya bozulmasına karşı da alınan bir önlemdir.
- E-posta ve web sayfalarının kolay bir yolla taklit edilebileceğinin bilincinde olunuz: Tanıdığımız birinden veya üyesi olduğunuz bir kurumdan gelen bir e-posta, sizden kimlik bilgilerinizi doğrulamanızı istediğinde bunun bir yem e-posta olabileceği fikrini aklınızdan çıkarmayın.
- Bimediğiniz kişilerden gelen programları yüklemeyin veya çalıştırmayın: Çoğumuz tanımadığımız kişilerden gelen, özellikle bizim için ilgi çekici olan konulara sahip

e-postalara güvenip, herhangi bir virüs taraması yaptırmaksızın bu postaları ve eklerini açarız. Ancak bu tedbirsizliğimizin sonucu tüm bilgilerimizi tehlikeye atabilir. Bu yüzden gelen tüm maillerin virüs taramasından geçmesinde yarar vardır.

- Güçlü parolalar kullanma: Sizin için önemli bilgileri korumak için güçlü parolaları tercih etmelisiniz. Ayrıca üye olduğunuz birçok yerde aynı parolayı kullanmanız da güvenliğinizi tehdit eden bir unsurdur. Size ait parolaları güvenmediğiniz ortak kullanıma sahip bilgisayarlarda kayıtlı bırakmayınız ve güvenmediğiniz bir ağ üzerinde çok güvendiğiniz biri olsa bile paylaşmayınız. Sık sık kullandığınız parolalarıyenisıyla değiştiriniz. Güçlü bir parola en az sekiz karakterden oluşur. Büyük küçük harf ve özel karakterden oluşmalıdır. İyi bir parola örneğinde: JUM756//\*un 8. Şeklinde olabilir.
- Paylaşım programlarını kullanırken dikkatli olma: internet üzerinden dosya, resim ve müzik paylaşımı için kullanılan programların birçoğu bilgisayarlarınıza zararlı yazılımların bulaşmasına neden olur. Bazen bu programların kendileri casus ve reklam yazılımlarını beraberinde getirebilirken, bazen de paylaşılan dosyalar yoluyla bilgisayarınıza virüs bulaşabilir.Bu tür programları kullanmaktan kaçınılmalıdır.
- Sosyal ağları kullanırken dikkatli olma: Sosyal ağları kullanırken çocuğun profilini görüntüleyebilecek, fotoğraflarına bakabilecek ve yorum yapabilecek kişilere ait ayarlarınızı iyi oluşturunuz. Bu konuda istenmeyen kişileri engelleme yönünde önlemler almayı unutmayınız. Çok yakın olmadığınız kişilerin çocuklarınızla iletişim kurmasınamani olunuz. Çocuğunuz arkadaş seçerken seçici olunuz ve düzenli bir şekilde arkadaş listesini kontrol ederek yapmanız gereken değişiklikleri yapın. Ayrıca sanal ortamlarda çocuğunuzun yaptığı paylaşımları inceleyiniz. Zira yapılan bu paylaşımların tamamen silinmesi çok zordur ve bir gün karşınıza istemediğiniz bir şekilde çıkabilme ihtimalleri bulunmaktadır.
- Çocuklar için ekstra güvenlik önlemleri alma: Çocuğunuzun internet mecralarında yaptıklarını izleyiniz, rehberlik ediniz ve kimlerle konuştuklarına dikkat ediniz. Dahası çocuğunuzun yaşına ve aile kurallarınıza göre onlarla “sözleşme” yapınız. Ülkemiz için Telekomünikasyon ve İletişim Başkanlığı ve TTNET gibi kurumların hizmete sunduğu güvenli internet hizmetlerinden faydalanabilirsiniz. Güvenli

internet hizmeti internet servis sağlayıcıları tarafından ücretsiz olarak sunulan ve internetteki istenmeyen içeriklerden ailenizi ve sizi büyük oranda koruyacaktır.

**2.1.12.2. Medya tüketim alışkanlığı ve sosyal medya bağımlılığı.** Teknolojinin akıl almaz şekilde hızlı değişimi ve bilgisayar teknolojisinin internetle birleşmesiyle hayatımızın bilgi kaynakları da yön değiştirmiştir. Türk ve Tugen (2014)'in çalışmasında TÜİK 2014 verilerine göre, Türkiye’de internet kullanan bireylerin oranı yüzde 53,8’e yükselmiş olup, kullanıcıların yüzde 44,9’u düzenli olarak internete girmektedir. 2013 yılının aynı döneminde bu oran yüzde 39,5 olmuştur. Çalışmada İnternete en çok 16-24 yaş arası gençlerin girdiği, internet kullanıcılarının yüzde 78.8’i sosyal paylaşım sitelerine katılım sağladığı bilinmektedir. Bunu yüzde 74.2 ile online haber, gazete ya da dergi okuma, yüzde 67.2 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama, yüzde 58.7 ile oyun, müzik, film, görüntü indirme veya oynatma, yüzde 53.9 ile e-posta gönderme-alma izlemektedir. Türkiye’de 2014 verilerine göre sosyal medya kullanım oranları; Facebook’u (%93), sırayla Twitter (%72), Google+ (%70) ve LinkedIn (%33)’tür. Türkiye’de 2014 yılında 36 milyon Facebook hesabı tespit edilmiştir. Bu rakamın yüksek olmasının nedeni bilgiye erişimde sağladığı kolaylıktır. Bu ise Facebook’un internetin ilk başvuru kaynağı haline gelmesine neden olmuştur.

Bilişim çağı insanının gündelik yaşamında daha fazla yer bulan sosyal medya, tüketim alışkanlıklarının da değişmesine yol açmıştır. Ortaya çıkan bu durum “sosyal medya bağımlılığı” kavramını önemli hale getirmiştir. Shapira et al. (2000; Akt. Ülger, 2012) internet bağımlılığını kişinin içten gelen, yenilmesi güç bir hissin tesiriyle interneti aşırı sıklıkla kullanması, kullanımı kontrol edememesi, yokluğunda ise, sinirli, karamsar ve içedönük bir psikolojik hale bürünerek günlük olağan eylemlerini aksatması olarak ifade etmektedir.

İnternet bağımlılığı üzerine birçok çalışma bulunmasına rağmen araştırmacıların internetin aşırı veya kötüye kullanımını ortaya koyan ortak bir kavram geliştiremedikleri anlaşılmaktadır. İnternette kaynaklanan davranışlarla ilgili terminolojik örneklerden bazıları şu şekilde sıralanabilir (Ülger, 2012):

- 1) Düzensiz internet kullanımı (Internet Addiction Disorder)
- 2) Patolojik İnternet kullanımı (Pathological Internet Use)
- 3) Problematik İnternet kullanımı (Problematic Internet Use)
- 4) Aşırı internet kullanımı (Excessive Internet Use)
- 5) Engellenemeyen internet kullanımı (Compulsive Internet Use)



İnternet ve sosyal medya bağımlılığına yönelik bilgiler Sanlav'ın (2014) kitabında ise kategoriler halinde şu şekilde ele alınmıştır:

- a) *Hazır bilgi, düşünme ve araştırmaya engel:* Sadece Facebook kullanıcılarının bile günde ortalama 8 saatini geçirdiği sosyal medya mecraları insan beyni ve düşüncesinde değişikliklere neden olabilmektedir. Araştırmalara göre hızlı ve hazır bilginin kolaylıkla bulunabildiği bir ortam olan internet, insanların yaratıcılığı ve düşünme kabiliyetini köreltmektedir çünkü daha önce öğrenilen bir bilgiyi hatırlamaya çalışmak yerine bunun daha kolay yolu olan internetten araştırmak tercih edilmektedir. Bunun en açık kanıtı Google arama motorunun her gün toplamda 7,2 milyar ziyaretçi almasıdır. Uzmanlar ayrıca günümüzde %61 oranına dayanan internet bağımlılığının, kişilerin depresif olma olasılığın 2,5 kat arttığını ifade etmektedir.
- b) *Gözümüzü Açar Açmaz Sosyal Medya: Araştırmacılar,* sosyal medya bağımlılığı gerçeği üzerinde uzlaşırken, kullanıcıların %56'sının üye olduğu sosyal ağlardan uzak kaldığında son haberleri, olayları, etkinlikleri, önemli durum güncellemelerini kaçırma korkusu yaşadığını ortaya koymuştur. Bir araştırma şirketi olan My Life'in 18 yaş ve üstü 2.084 sosyal medya kullanıcısıyla yaptığı ankette, kullanıcıların %51'i sosyal ağları iki sene öncesine göre daha sık ziyaret ettiğini tespit etmiştir. Katılımcıların %27'sinin sabah uykudan kalkar kalkmaz ilk yaptıkları işin sosyal medya hesaplarını kontrol etmek olduğunu söylemektedir.
- c) *Tek Hesap, Kullanıcıları Kesmiyor:* Sosyal medya kullanıcılarının sahip olduğu hesapların her gün artması Sanlav'ın kitabında ele alınan başka bir husustur. Kitapta belirtilen bir araştırmada katılımcıların %42'sinin birden fazla sosyal medya hesabının bulunduğu, yaş aralığı 18-34 olan kullanıcılarda bu oranın %61'e çıktığı belirtilmiştir. Sürekli sosyal medya ve e-posta hesaplarını kontrol etme ihtiyacı duyan insanlar, bunun bir sendroma dönüştüğünün farkına bile varamamakta, insanların sosyal medyayı anahaber kaynağı haline getirmekte ve daha da bağımlı bir hayat yaşadıklarını göstermektedirler.
- d) *Ne Tür Bir Bağımlısınız?:* Sosyal medya bağımlılığı her geçen gün artmakta olup, bağımlılar henüz durumun ciddiyetinin farkına varamamaktadırlar. Dahası ne tür bir bağımlı olduğunun bile farkında değillerdir. Sanlav (2014)'ın tanımladığı bu bağımlılar burada şöyle ele alınmıştır:

- **Uyarı bağımlıları:** Bu kişiler her tweet paylaşım veya yorumda telefonuna bakmadan yapamayan ve yaptığı işi bırakıp bunlarla ilgilenme semptomuna sahip kişiler olup, sosyal medyada olup biteni an anına takip eden gerçekten odaklanması gereken konudan uzaklaşıp, kendi hayatlarını sabote eden kişilerdir.
- **Sosyal guru:** Son günlerde herkesin kendini sosyal medya uzmanı olarak tanıtması, gerçekte ise kimin neyin uzmanı olduğunun belirsiz olması buna güzel bir örnektir.
- **Sesli harf düşmanları:** Bunlar tweet'lerini 140 karaktere sığdırma zorunluluğuyla her kelimeyi mümkün olduğunca kısaltarak yazanlar olup, sadece dilbilgisini katletmekle kalmayıp ayrıca bu kötü alışkanlıklarını e-posta veya bloglarında da devam ettirenlerdir.
- **Blog insanı:** Kendilerine yöneltilen her soruya “Bu konudaki blog yazımı okuyabilirsiniz” diye cevap veren, ancak sosyal hayatlarını sabote ettiklerinin farkına bile varamayan kişilerdir.
- **Kendilerini bilirkşi sananlar:** Mümkün olan her siteden sosyal skorlarını kontrol etmekten kendini alamayan, önemli olan şeyin kullanıcılar için yararlı içerik üretmek olduğunu yok sayıp etki alanlarını genişlettiklerini sanan, ancak aksine etkilerini kaybeden kişilerdir.
- **Mahalle muhtarı:** Bu tür insanlar, önünden geçtiği yerlerde bile check-in yaparak onlarca yerin mayor'u olup, gösterdikleri bu disiplin ve azmi başka yerlerde kullanmaları durumunda hayatta çok daha iyi yerlere gelebilme imkânına sahip kimselerdir.
- **Kontrol bağımlıları:** Bu tür insanlar; işte, trafikte, tuvalette, kısaca nerede ve ne zaman olursa olsun sosyal medya paylaşımlarının etkileşimini kontrol edemeden duramayan kişilerdir. Bunlarla ilgili acı gerçek ise, arkadaşları bunlarla buluşup sohbet etmekten nefret etmektedirler.

e)Bağımlılara Yataklı Tedavi: Bir klinik bozukluk olan sosyal medya bağımlılığı konusunda çeşitli terapi programları ve poliklinikler mevcut olsa da bu konuda en radikal kararlar Pennsylvania'da “İnternet Bağımlılığı Hastanesi”nin açılmasıyla ABD'de faaliyet göstermektedir (Sanlav, 2014). Ayrıca sosyal medya bağımlılığına sahip bireyler; internet başından ayrılamama, internete giremeyince kendini boşlukta ve huzursuz hissetme, sürekli bir şeyleri kaçırıyormuş hissine kapılma ve günlük yaşantısını devam ettirememe gibi belirtilere sahip bulunmaktadır. Bunlar için artık

bir hastanede yataklı tedavi uygulanmaktadır ki, ABD'deki Bradford Regional Medical Centre, 1 Eylül itibariyle kapılarını hastalarına açmıştır. Fast Company'nin haberine göre, hastanede hastalar fiziki ve akıl hastalıklarında olduğu gibi yatılı hizmet görmektedir. İnternet bağımlılığı için de aynı uyuşturucu ve alkol bağımlılığında olduğu gibi gözetim altında tedavi hizmeti verilmektedir. Buradaki amaç hastaların hastaneden ayrılırken, internet kullanımının bilincine varması ve teknoloji-günlük hayat dengesini gözetmesidir.

*f) Bağımlıların Bilişsel Davranışçı Terapi İle Tedavisi (Dinç, 2010):* Temelinde düşüncelerin duyguları belirlediği varsayımı olan bilişsel davranışçı terapinin temelinde düşüncelerin duyguları belirlediği varsayılmaktadır (Young, 2007; Akt. Dinç, 2010). Bu yüzden sosyal medya bağımlılarına düşüncelerini izlemeleri ve bağımlılık duygusunu ve davranışını körükleyen etkenleri tanımlamaları öğretilir. Genellikle 3 aylık, ortalama 12 haftalık bir tedavi sürecini içeren BDT (Bilişsel Davranışçı Terapi) yöntemiyle sürecinde hastalar bağımlılığa geri dönmeyi engelleyecek yollar ve yeni beceriler öğrenirler. İlk etapta dürtü kontrol bozukluklarının neden olduğu büyük zorluklardaki belli durum ve davranışlara odaklanan tedavi davranışçıdır. Tedavide, problem çözme becerileri, başa çıkma stratejileri eğitimi, terapide model olma, destek grupları ve düşünce kayıtları tutma gibi yöntemler kullanılarak zenginleştirilen BDT süreci ilerledikçe, daha çok söz konusu davranışların geliştirdiği ve etkilediği bilişsel çarpıtma ve varsayımlara ağırlık verilen yöntemde Young terapi süreciyle ilgili aşağıdaki metodların kullanılmasını tavsiye etmiştir.

- 1) **İnternet Kullanımını Tam Zıt Saatlere Kaydırmak:** ilk aşamasında sosyal medya kullanım alışkanlıkları hakkında hangi günler, saatler, nerede internet kullanıyorsunuz gibi sorularla bilgi edinilerek sosyal medya bağımlılığı tedavi sürecinde kişinin zamanını yeniden organize etmek önemli bir adım olup, sonrasında bağımlının günlük rutini kırıp, yeni kullanım alışkanlıklarına alışabilmesi için hazırlanacak interneti kullandığı zamanları ve mekânları değiştirmesi, kullanım esnasında molalar verilmesinin yer aldığı yeni kullanım şemasında gerekli olacaktır.
- 2) **Dış durdurucular:** Sosyal medya bağımlısı için zaman düzenlemesinin ardından, belirlenen yeni kullanım zamanlarında, kullanımın aşırı olmaması için kullanımın ardından bir yere gitmek ya da biriyle buluşmak gibi bağımlıyı bilgisayardan

uzaklaştıracak ve ertelenmesi ya da hızlıca yapılıp tekrar geri dönmesini engelleyecek nitelikte işler koyularak, düzenlenir.

- 3) **İnternet Kullanımıyla İlgili Hedefler Belirlemek:** burada önemsenmesi gereken husus, yoksunluk belirtilerini azaltmak için kullanım saatlerini sık ama kısa süreli hazırlayıp, ölçülü bir sosyal medya kullanım programı hazırlanması sosyal medyanın hastayı değil, hastanın sosyal medyayı kontrol etmeye başlamasını sağlayabilir. Çünkü zaman açısından sınırlandırılmamış ucu açık bir sosyal medya kullanımı bağımlılığı körükleyebileceğinden, bunun yerine hastayla birlikte makul bir program hazırlamak daha uygun olur.
- 4) **Çok Kullanılan Belli İşlevlerden Uzak Durma:** Bağımlılarda sosyal medyanın belli bir aracını sıklıkla kullandığı tespit edilmişse sosyal medyanın o aracından hastayı uzak tutmaya yönelik faaliyetler yapılabilir. Farklı sosyal medya ağları için interneti kullanmasına izin verilebilmesine rağmen, bağımlılık oluşturan sosyal medya ağını kullanması engellenmelidir. Dolayısıyla farklı bağımlılıkları olan insanlar için de olduğu gibi bu durumda da uzak tutmak önemlidir.
- 5) **Hatırlatıcı Kartlar:** Sosyal medya bağımlılıkları çoğu zaman bilişsel çarpıtmaları nedeniyle yaşadıkları zorlukları abartıp çözüm yollarını küçümseyebilirler, bu sorunu ortadan kaldırmak için bağımlının içtenlikle sosyal medya kullanımının kendisi için hangi sorunlara yol açtığı ve bağımlı olmadan kullandığında hayatında ne gibi artılar olacağını mümkün olduğu kadar çok sayıda madde madde bir karta yazması istenir. Hastaya sosyal medya kullanımı konusunda kontrol edilemez bir arzu duyduğu anlarda da sürekli yanında taşıdığı bu kartlara bakması önerilir.
- 6) **Kişisel Defter Oluşturmak:** Sosyal medya bağımlısı kişinin bağımlı olduğu için yapamadığı veya bağımlı olmadan önce düzenli bir şekilde yaptığı ama şu an yapamadığı etkinliklerin tümünü bir deftere not etmesi istenir. Önem sırasına göre yazdığı etkinliklerden, sosyal medyayı kullanma konusunda çok fazla arzu hissettiği zamanda bu etkinliklerden bir tanesini yapması önerilerek, sosyal medya kullanırken yaşadığı sanal tatmin duygusunu gerçek hayat aktivitesi yaparken de yaşaması sağlanmaya çalışılır.
- 7) **Destek Grupları:** Literatüre bakıldığında yalnız yaşayan veya sosyal kayıp yaşamış bireylerin daha fazla sosyal medya bağımlılığı yaşadıkları görülmektedir. Bu yüzden yalnızlığın bağımlı sosyal medya kullanımını körükleyen bir denem olduğu, bu yüzden bağımlı kişinin benzer sorunları yaşayan insanlardan oluşan bir

dayanışma grubu veya herhangi bir sosyal aktivite ile uğraşan gruplara katılması sağlanarak, yalnızlıktan dolayı sosyal medya kullanmanın önüne geçilebilir.

- 8) Aile Terapisi:** Sosyal medya bağımlılığı aile ilişkilerinin bozulmasına sebep olabildiği gibi, aile ilişkileri bozuk olduğu için de sosyal medya bağımlılığı oluşabilir. Dolayısıyla her iki yönüyle de kişi problemleri bir aile yapısına sahiptir ve bu sorunlar devam ettikçe de sosyal medya bağımlılığının da devam edeceği söylenebilir. Buyüzen bağımlı kişi ailesiyle birlikte bağımlılık daha kötü boyutlara varmadan aile terapisi olarak iyileşebilir (Young, 2007; Akt. Dinç, 2010)

**2.1.12.3. Troller.** Sanlav (2014), Troll'ü bir balık avlama yöntemi olarak açıklamıştır. Buna gemiden yem sarkıtarak balık sürülerini bu yemin peşine takıp bir araya toplanmalarını sağlayan balıkçılara benzetmektedir. Toplanan sürü daha sonra yine bu yem sayesinde bir ağa sürülürler. Günümüzde Twitter'da Hashtag'lerin kullanılması buna örnek verilebilir. Takipçilerini gerçekte olmayan veya çok saçma bir konuyla "yemleyen" bazı kullanıcılar, "Kütahya il olsun", "Köpek eti yemek istiyoruz" gibi mesajları işbirliğiyle "Trending Topic" yapıyor, daha sonra bu mesajları ciddiye alan insanların yaptığı yorumları paylaşarak kendilerine sosyal medyada bir nevi eğlence ortamı yaratıyorlar.

Türk ve Tugen (2014) trollemeleri beş başlık altında ele almaktadır. Bunlar:

- 1) Manipülasyon/spekülasyon yaratmak: Gerçekte olmayan bilgileri yayarak insanları kandırmak, kışkırtmak ve tepki vermelerini sağlamak amacıyla troller yapılır. Örneğin İnci Sözlük üyelerinin gerçekleştirdiği Devlet kurumlarındaki tabelalardan T.C ibaresinin kaldırılacağı yönündeki söylentiler üzerine İnci'ci Troller "T.C ibaresi devlet tabelalarından kaldırıldı" diye bir başlık açmaları insanları harekete geçirmiş; bunun sonucunda da 9 milyon kişinin Facebook hesabında isimlerinin başına T.C. ibaresi getirdiği görülmüştür. Ayrıca bu durum bir bürokratin istifasına ve Sağlık Bakanı'nın da konuyla ilgili açıklama yapmasına sebep olmuştur.
- 2) Yapay gündem oluşturmak: Genelde Twitter'daki etiketler üzerinden yürütülen bir çalışmadır. Burada Troller, inanların hassasiyetlerine dokunup onları öfkeli kılacak konular ortaya atarak kitleleri harekete geçirmekte ve ortaya atılan konuyu TT listesinde üst sıralara çıkararak eğlenmektedirler. Bu şekilde sosyal medyada kullanıcıları tartışmaya çekmekte ve toplumun yumuşak karnını hedef alarak, kışkırtıcı sözlerle insanları tahrik etmeye çalışmaktadırlar. "Nükleere evet", "Eşcinsellik yasaklansın", "Asmalımescit ibadete açılсын", "Oruç tutmayan sınır dışı

edilsin", "Kadınlara ehliyet verilmesin" ve "Doğum kontrol hapi yasaklansın" gibi etiketler Twitter'da trollerin oluşturduğu yapay gündem konularından bazılarıdır.

- 3) Siyasi/Dini görüşleri kullanmak: Troller kişi ya da grupların dini, siyasi ya da ideolojik değerlerini hedef alan trollemeler yapmakta olup, kimi zaman bu durum bir kişi ya da grubun linçine neden olabilmektedir. Troller amaçlarını açıklarken; toplumun duyduğu bilgileri araştırmadan ve doğrulamadan harekete geçtiği, hoşgörülü görünseler de aslında taktığı maskenin bu tarz bir trolleme ile düştüğünü ileri sürmektedirler. Örneğin twitter trollerinden Cafer Koçbaşı'na göre (@CaferKocbasi): "Muhafazakâr söylemlere muhalif kesim, sanıyorum interneti daha fazla kullanıyor ve çok heyecanlılar" Çünkü başlattığı '*OruçTutmayanSınırdışıEdilsin*' etiketinde, bunun bir sazan avı olduğunu belirttiğim bir sürü tweet olmasına rağmen, insanlar bu bilgiyi birkaç saniyede öğrenmek yerine kolay olanı, yani yorum yapmayı seçiyorlar diyor. Troll: "Bu benim için bir mizah, yeri geliyor imam, yeri geliyor Marksist gibi yazıyorum, bu eylem amacı o olmasa da acı bir gerçeğe işaret ediyor diyor. Diğer taraftan bırakın kalın kalın kitaplar okumayı, araştırmayı; günübirlik bir internet eğlencesinin bile arka planını görmeye çalışmayıp balıklama dalıyoruz" demektedir. Diğer bir troll olan Doğuş Aydın (@alkoliknezaketi) ise eğlenmek amacıyla ortaya attığı konunun insanların birbirine nefret kusma aracı haline dönmesinden duyduğu rahatsızlığı şu şekilde dile getirmektedir: "Hepimizin online olduğu saatlerde başlıyor. Can sıkıntısından, yapacak bir şeyimiz pek olmadığından 'bari biraz gülelim' diye başlatıyoruz. Eğleniyorsak sorun yok. En üzüldüğümüz nokta, insanların bu başlıklar altında kendisinden farklı olana nefret kusmasıdır."

- 4) Toplumsal deney yapmak: Türk ve Tugen bunun toplumu etkileyecek, kıskırtacak konular ortaya atarak ne tepki verdiklerini görmek ve bununla eğlenmek amacıyla yapılan trolleme türü olduğunu belirtmektedir. "Yozgat Yunanistan'a Verilsin", "Kütahya İl Olsun" veya "Köpek Eti Yemek İstiyoruz" gibi hashtagler açarak eğlenen trollerin yaptıkları bu tarz trollemeden bir örnek Aselsan'ın (Askeri Elektronik Sanayii) yüzde 51'inin İsrail'e satıldığı yönünde, ulusal medyanın haber yaptığı trollemedir. Bu durum o sıralar bakan olan Egemen Bağış'ın Aselsan satıldı iddiaları yalanlayan açıklamalar yapmasına sebep olmuştur. Che Guevara'ya ait olduğu iddia edilen "*Cumhuriyeti dünyada kusursuz inşa eden 3 kişi var; Olof Mellberg, Hugo Chavez ve Mustafa Kemal Atatürk*" sözünün o gün yüzlerce insan

tarafından gerçek zannedilerek binlerce defa retweetlenmesi ve pek çok web sitesinde Che Guavera söylemiş gibi paylaşılması örnek verilebilir.

**2.1.12.4. Sosyal medyada narsizm ve kibir.** Sanlav (2014), sosyal medya uygulamalarının, sadece sosyal paylaşım ve dijital iletişimden ibaret olmadığını, kişilerin ruhsal durumlarını ve karakter tiplerini de etkileyen bir uygulama olduğunu belirtmiştir. Sosyal medyanın, kullanıcılarının bazı mizaci özelliklerinin daha çok ortaya çıkmasına yol açtığı gibi, toplumların DNA'sını da zamanla değiştirmekte olduğu belirtilmektedir. Nitekim Facebook'un kullanıcılarını daha mutsuz, daha az tatminkâr ettiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede facebooktaki en baskın duygunun "kıskançlık" olduğunu ileri sürülmektedir. Best Computer Science Schools'un son araştırması da sosyal medyanın karakterimize etkisini başka bir açıdan ortaya koymuştur. Sonuç olarak sosyal ağların bizi narsist varlıklara dönüştürdüğü bulgulanmıştır. Sanlav (2014) Narsizmin belirtilerini;

- Tek taraflı dinleme ( sadece tezat olmak, aşağılamak, küçümsemek için dinleme),
- Kendiyle meşgul olma (bencilleşme),
- Kurallardan üstün olma (Kendini her şeyden, herkesten üstün görme),
- Eleştiri kabul etmeme,
- Sorumluluk almama,
- Çabuk sinirlenme (olumsuz eleştiriler ve yorumlara karşı anlık tepkiler gösterme) olarak açıklamıştır.

Sanlav (2014)'ın aktardığına göre, California State University tarafından İnfografik olarak yapılan araştırma bulgularına göre, sosyal medyanın negatif etkileri arasında dikkat bozukluğu, bağımlılık, depresyon, narsist kişilik bozukluğu, şizofreni gibi psikolojik bozuklukları olup; popüler sosyal ağların etkilerini Facebook ve Twitter üzerinde örneklendiren infografik; *Facebook'u "sosyal bir ayna", Twitter'ı "sosyal bir megafon"* olarak tanımlamaktadır. Facebook kullanım sıklığı ile narsizm kişilik özelliklerinin ortaya çıkmasını doğru orantılı olduğunu söyleyen araştırma, en yoğun narsistik özellikler taşıyan kullanıcıların daha sık durum güncellemesi yapan, kendilerinin daha çok başrolde olduğu fotoğraflar paylaştığını ve kendilerini üstün göstermek için özlü söz ve mottolar paylaşmaya daha yatkın olduğunu belirtmektedir. Nitekim "Selfie"lerin son dönemde bu kadar popüler olması da bu örnekleri destekler niteliktedir. Ayrıca boşanmaların üçte birinde Facebook'un bir sebep olduğunu geçen sene gerçekleşen bir araştırma

bulgulamıştır. Facebook'a benzer şekilde Twitter kullanım sıklığı ile kişilerde narsist özelliklerin ortaya çıkışı arasında da doğru orantı bulunmuştur.

Sanlav (2014) sosyal medyada kibir kavramı için “*sosyal egolarımızdaki defolarımızdan baz alınmıştır*” şeklinde bir tanımlama yapmıştır. Bu, sizi takip eden çok ise ve siz kimseyi takip etmiyorsanız; sosyal mecralarda “*erişilmez, tepeden bakan, kibirli*” bir politika izlediğiniz anlamına gelir. Tam tersi durumunda ise, yani sizi takip eden çok az kişi var ve siz habire birilerini takibe alıyorsanız, bu da sosyal medyada etkin olmadığınızı, doğru iletişim kuramadığınızı, en kötüsü ise bir sosyal medya politikanızın olmadığını gösterir.

**2.1.12.5. Siber zorbalık.** Birinin diğerine kasıtlı ve tekrarlayan biçimde zarar vermesi demektir. Temel amaç, tehdit ve taciz etme ve utandırmaktır (Kowalski, Limber ve Agatston, 2008; Hinduja ve Patchin, 2009). Literatürde siber zorbalık olarak (cyber bullying) adı geçen bu davranış, karşıdakini istemediği bir şeye zorlama, e-posta, sohbet vs. hesabına onun şifresiyle girerek listedeki kişilerle oymuş gibi yazışma ve şantaj yapma, en olası biçimleridir.

Siber zorbalığın psikolojik, sosyolojik ve akademik etkileri üzerine yapılan araştırmalarda, siber zorbalığa maruz kalan öğrencilerin üzgün, endişeli ve korkulu bir ruh hali içinde oldukları, derslerine yönelik konsantrasyon kaybettikleri ve bunu takiben de notlarında düşme yaşandığı görülmüştür (Beran ve Li, 2005). Bu tarz öğrencilerde depresyon, madde kullanımı ve suçluluk oranlarının daha yüksek olduğu tespit edildiği gibi (Mitchell, Ybarra ve Finkelhor, 2007), bunların okulu bırakmaya veya okula giderken yanlarında silah taşımaya (Ybarra, Diener-west ve Leaf, 2007), kuralları ihlal etmeye ve saldırganlaşmaya daha meyilli oldukları (Ybarra ve Mitchell, 2007) anlaşılmıştır.

Siber zorbalığın özellikle çocuklar için taşıdığı risklerin ciddiyetini Mishna, Saini ve Solomon'un (2009) 10-13 yaş arası 38 çocuk üzerinde yaptığı araştırmada görebiliriz. Bu araştırmada 13 yaşındaki bir erkek çocuğunun dile getirdiği zorbalık türlerinden biri, erkek çocukların, kızları web kameralarını açmaya zorlaması ve istediğinin kabul edilmemesi halinde bazı sırlarını başkalarına açıklayacaklarını söylemesidir. Nihayetinde sırlarının başkalarına yayılmasından korkan öğrenciler ise bu şantajı kabul etmek zorunda kalmışlardır. Benzer şekilde 13 yaşındaki bir kız çocuğu ise bilgisayarlara özel bir virüs gönderildiğini ve bu virüsü gönderen kişilerin, istedikleri zaman karşı tarafın web kamerasını açma-kapama imkânına sahip olmasından ve böylelikle kişiyi uyurken,



soyunurken, vs. görüntüleyebilmesinden bahsetmiştir (Akt. Ülger, 2012). Siber zorbalıkla ilgili en önemli risklerden bir diğeri ise çocukların, bu tarz eylemlere maruz kaldıklarını genellikle ebeveynlerine söylememeleridir (Mishna ve Alaggia, 2005). Söz konusu durumu çocukların gizlemeye çalıştıkça, kendilerinden daha fazla ödün verdiği ve zorbalığı yapan tarafın isteklerine boyun eğdiği görülmüştür (Akt. Ülger, 2012).

Ocak “Aile ve İnternet” adlı araştırmasında (2013) siber zorbalığın gençler tarafından özellikle birbirlerine hakaret etmek, iftiralarda bulunmak, özel bilgilerini ya da uygunsuz görüntülerini zarar vermek kastı ile kullanmak gibi durumlarda sık sık kullanıldığını belirtmiştir. Buna dair örnek durumları şöyle belirtmiştir:

- Taciz ya da tehdit içerikli bir e-postayı bir arkadaşına yollamak.
- Bir web sitesi ya da sosyal ağ sitesinde birisine yönelik aşağılayıcı yorum yapmak.
- Facebook’ta birisini aşağılayıcı tarzda bir fotoğraf yayınlamak.

Siber zorbalığı, fiziksel zorbalıkla rasındaki en temel fark şudur: Siber zorbalık için hazırlanmış görüntünün, videonun veya bağlantının sınırlı bir çevre tarafından değil, ulaşma imkânı olan çok geniş bir çevre tarafından defalarca görüntülenebilmesi ve hatta paylaşılıp, yayınlanabilmesidir.

*Çocuk ya da genç siber zorbalık ile karşılaştığında aile olarak neler yapılabilir?*

- Size kötü davranan kişiyi engelleyiniz: Çünkü artık birçok web sayfası sizi rahatsız eden kişileri şikâyet etme ve engelleme fırsatı sunmaktadır.
- Cevap vermeyiniz: Eğer ki sizi rahatsız eden kişiye cevap verme eyleminde bulunursanız, tam da onun istediğini yapmış olursunuz. Sizi istediği kadar kışkırtın ama en son yapacağınız iş ona cevap vermek olsun.
- Delilleri saklayınız: Size karşı yapılan davranışın delillerini mutlaka muhafaza ediniz, durum yargıya intikal ettiğinde bu kanıtlara ihtiyacınız olabilir.
- Gerekli yerlere bildirin: Eğer sizi sanal ortamlarda herhangi biri tehdit ya da rahatsız ediyor ise yetişkinlere ve internet bilgi ihbar hattına başvurunuz. Nitekim sosyal medya kullanımı ile ilgili hak ve sorumluluklarımızın bütün kullanıcılar tarafından öğrenilmesi, kötü bir durum yaşandığında panikleme yerine hemen harekete geçmek açısından faydalı olabilir.

### **2.1.13. Sosyal Medya Saldırılarına İlişkin Hak ve Sorumluluklarımız**

Toplumsal yaşamda her suçun bir yaptırım cezası olduğu gibi sanal ortamdaki suçlarında cezası anayasal güvence altına alınmıştır. Yıldız’ın (2013) çalışmasında bu

konuda “internet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar yoluyla işlenen suçlarla mücadele edilmesi hakkında kanun” çıkarılarak, bu kanunla bir dizi problemi de beraberinde getirdiğini; bu sorunların internetteknik, ekonomik sorunlarının yanı sıra direk kullanıcılarla ilgili etik ve hukuki sorunların da ortaya çıktığına değinmiştir. Sorumlu ve bilinçli bir şekilde internetin kullanılmamasının bilgisayar etiğine aykırılığı beraberinde getirdiği gibi bazen hukuk kurallarını çiğnemeye de sebep olmaktadır. Aldatıcılık, şiddete yönelik içerik, hakaret, telif haklarına aykırılık vb. konularda sorumluluğun ne şekilde belirleneceği sorunu ortaya çıkmıştır. İnternet aracılığıyla veya internet süjeleri, ilgili kişi, kuruluş veya bilişim sistemlerine karşı suçlar, internetin kitle iletişim aracı oluşu bakımından birçok ülke mevzuatında kanuni düzenlemelere gidilmiştir. Bu konuda Türkiye’de “internet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar yoluyla işlenen suçlarla mücadele edilmesi hakkında kanun” (09.05.2007 tarih ve 5651 sayılı) ile internet alanına düzenlemeler getirilmiştir. Bu kanunun amaç ve kapsamı; içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen bazı suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye yönelik esas ve us ller düzenlenmiştir.

Aile olarak bilişim suçlarının farkında olmak, internet üzerinden gelebilecek tehlikelerin farkında olmak anlamını taşımaktadır.  nk  internet üzerinden işlenen suçlar aile üyelerini maddi manevi olarak olumsuz etkilemektedir. Aile fertleri içerisinde çocukların daha savunmasız oldukları d ş n ld ğinde ebebeynlerin bu konuda daha dikkatli ve temkinli olmalarının yanı sıra internet ortamında işlenen suçların, haklarının ve suça maruz kaldıklarında hangi mercilere başvuracaklarının bilincinde olmaları gerekmektedir. Ocak (2013) Bilişim Suçu türlerini şu şekilde açıklamıştır:

- Bilgisayar sistemlerine ve servislerine yetkisiz erişim
- Bilgisayar sabotajı
- Bilgisayar yoluyla dolandırıcılık
- Bilgisayar yoluyla sahtecilik
- Bir bilgisayar yazılımının izinsiz kullanımı
- Kişisel verilerin kötüye kullanılması
- Sahte kişilik oluşturma ve kişilik taklidi
- Yasadışı yayımlar
- Ticari sırların çalınması

- Terörist faaliyetler
- Çocuk pornografisi
- Hacking
- Diğer suçlar (Organ, fuhuş, tehdit, uyuşturucu, vb.)

Ayrıca bilişim suçları ve güvenli internet kullanımıyla ilgili aşağıdaki iletişim adreslerinden faydalanılabilir (Ocak, 2013):

<http://www.guvenlinet.org/tr>

<http://www.guvenlicocuk.org.tr>

<http://www.guvenliweb.org.tr>

<http://www.ihbarweb.org.tr>

<http://www.btk.gov.tr>

<http://www.ubak.gov.tr>

<http://www.usom.gov.tr>

Literatür incelendiğinde sosyal medyanın, iletişim sürecinin günümüzde vardığı son noktanın, en popüler ürünü olduğu dikkatleri çekmektedir. Bu ürün insanların günlük birçok ihtiyacına cevap vermekte ve hayatı kolaylaştırmaktadır. Ancak sosyal medyanın da ticari kaygılarla üretilmiş bir medya aracı olduğu yadsınamaz. Çünkü sosyal medya insanların medya tüketim alışkanlıklarını olumlu ve olumsuz derece etkileyebilmektedir. Nitekim bilinçsiz kullanılan medya araçları gibi sosyal medya da bağımlılık yapabilmenin yanında psikolojik ve fizyolojik bazı rahatsızlıklara da neden olmaktadır. Ancak hayatı kolaylaştırması yönü dikkate alındığında sosyal medyadan kaçmak veya hayatımızdan tamamen çıkarmak pek mantıklı olmayabilir. Bunun yerine, medyayı aktif ve bilinçli bir şekilde kullanmak daha doğru olur. Günümüzde özellikle çocuklar sosyal medyalı bir hayata gözlerini açtıkları için, sosyal medya çocuklar üzerinde daha etkili olabiliyor. Çocukların olumlu ve bilinçli bir medya tüketicisi olması için Medya Okuryazarlığı eğitimi almaları sağlıklı olabilir. Bu süreçte çocuklara sağlıklı rehberlik yapmaları adına medya paydaşı olan; öğretmen, veli, idareci gibi herkesin sosyal medya okuryazarlığı eğitimi almaları önem arz etmektedir.

## 2.2. İlgili Araştırmalar

İnsanlar çeşitli sebeplerden dolayı sosyal ağlara üye olabilmektedir. Arkadaş edinmek, bilgi alışverişi yapmak, sevgili edinmek, oyun oynamak gibi amaçlarla sosyal

ağlara üye olan kişilerin günümüzde artık dünyanın neresinde olursa olsun bir araya gelmekte, sanal ortamlarda gerçek hayattakinin aksine arkadaşlık, komşuluk ilişkilerini daha kısa ve daha kolay bir şekilde geliştirebilmektedir. Sanal ortamlar kişiyi yalnızlaştırma, samimiyetsiz bir ortam yaratma gibi bir sürecin içine de sokmakta olup, iletişimin önemli bir parçası olan beden dili ve tepkileri de bu süreçte yok etmektedir. Bu durum Sosyal ağlarda olayları yorumlayışımız, fikirlerimiz ve kendimizle ilgili çok şey yazmamıza rağmen yüz yüze iletişim ve samimi ortamı yaratacak unsurları ortadan kaldırdığı için bu ortamlarda gerçek bir yakınlıktan söz etmek zordur. Ayrıca kişinin sosyal medyayı kullanım süresi arttıkça bağımlılığa ve bu durum da kişinin gerçek hayatta sağlığını ve insan ilişkilerini olumsuz etkileyebilmektedir. Aşağıda bu konuda yapılmış yerli ve yabancı araştırmalar ele alınarak incelenmiştir. Araştırma bulgularından bazıları sosyal medyanın yarar boyutunun önemine dikkatleri çekerken, diğerleri sosyal medyanın insanlar için oluşturabileceği risklere değinmiştir.

### **2.2.1. Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar**

Sosyal medya günümüzün en önemli fenomenlerinden biri olmuştur. Nitekim hayatımızda o kadar önemli bir yer edinmiş ki bunu Çam'ın "Öğretmen Adaylarının Eğitsel ve Genel Amaçlı Facebook Kullanımları ve Facebook Bağımlılıkları" adlı yüksek lisans tez (2012) araştırmasında verilen bilgilerden görebiliriz. Buna göre Mısır'da Gamal İbrahim isimli bir babanın yeni doğan kızına, devrimde oynadığı büyük role ithafta bulunarak Facebook adını koyması, İsrail'de de Liorand Vardit Adler'in çocuklarına Facebook'un "Like" seçeneğini isim olarak vermesi, Tayvan'da Claire Lin isimli kadının intiharını canlı olarak Facebook üzerinden yayınlaması ve kadının her tarafı kapatarak mangal kömürünün dumanıyla intihar ederken "şu an odaya dumanlar doluyor. Ölüyorum ama Facebook'tan kopamıyorum" şeklinde ileti yazarak son anlarını geçirmesi, Amerika Birleşik Devletleri'nde Taylor Sauer isimli üniversite öğrencisi ise ailesinin yanına giderken, bu 4 saatlik yolda, her 90 saniyeyi Facebook'a bir mesaj yazarak geçirip, son mesajında ise "Araba kullanırken Facebook'ta mesaj yazmak tehlikelidir. Ha ha ha!" olup, genç kızın 130 kilometre hızla kamyonun altına girerek can vermesi, Sırbistan'da Facebook'taki bir iletisine 20 dakika boyunca kimse "like" göndermediği için genç bir kızın bileklerini keserek intihar girişiminde bulunması sonucu Sırbistan'ın Novi Sad kentinde sosyal paylaşım sitesi Facebook'un "like" (beğen) butonuna bağımlı olanlar için

rehabilitasyon kliniği açılması sosyal medyanın hayatımızda büyük risk unsurlarıyla yer edindiğini göstermektedir (Akt. Çam, 2012).

Siber zorbalık konusunda Arıca ve arkadaşlarının (2008) “Cyberbullying Among Turkish Adolescents” adlı çalışması önemli bulgular içermektedir. Söz konusu araştırmaya katılan öğrencilerin % 35.7’si zorba davranışlarda bulunduğunu, % 23.8’i hem zorba, hem de kurban olduklarını, % 5.9’u ise sadece kurban olduklarını belirtmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre erkek öğrencilerin zorba, kurban ve zorba-kurban olma durumlarının kız öğrencilere oranla daha yoğun görülmüştür. Diğer taraftan siber zorbalıkla karşılaşan ergenlerin % 25’inin bunu akran ve ailelerine söylediği, % 30.6’sı ise zorbayı engellemek gibi aktif çözümler buldukları anlaşılmıştır.

Şiddet, cinsellik ya da nefret söylemi içeren potansiyel olarak saldırgan ve zararlı uygulamaları barındıran içerikle ilgili riskler irdelendiğinde sosyal medyada çocuk istismarı ve çocuk pornografisinin günümüzde önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna dair Yıldız’ın “Çocuk İstismarı ve İhmali” adlı çalışmasında (2009) çocuk istismarı ve çocuk pornografisinin çocuklara yönelik suiistimalin olduğu en son nokta olduğu ve diğer suiistimallerden farkının mağdur çocuklar tarafından dile getirilmemesi nedeniyle ortaya çıkarılmasında yaşanan güçlükler şeklindedir.

Avrupa Çevrimiçi Çalışma Grubu’nun 25 ülkede 23 bin 440 çocukla gerçekleştirdiği araştırmadikkate değer bulgulara ulaşmıştır. Buna göre her dört çocuktan birinin internette cinsel içerikli mesajlarla karşılaştığı ve her 12 çocuktan biri internette görüştüğü kişi ile gerçek hayatta da görüştüğü belirlenmiştir. Araştırmada en az risk grubu Türkiye, Portekiz ve İtalya olarak tespit edilmiştir. Türkiye’de çocuk pornografisinin yaygınlaşmasının sebepleri arasında internet kafelerdeki kontrollerin yetersizliği, ebeveynlerin interneti kullanmayı bilmemeleri, çocuklarını denetleyememeleri gibi sebepler gösterilmiştir (Çağlar ve Savaşer, 2010).

Nitekim çocuklara yönelik suiistimallerin engellenmesi için Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi’nin çeşitli maddeleri (19, 32, 34, 35, 36, 39) cinsel sömürüyü de kapsayacak biçimde her türlü istismar, saldırı, şiddet, kötü muamele ve ihmale yönelik taraf devletlerin tedbir alması gerektiğini öngörmektedir ki, bu antlaşma Türkiye tarafından da onaylanmıştır (Çam, 2013). Ancak yapılan bu antlaşma ve tedbirlerin yetersiz kaldığı bir gerçektir. Özellikle sosyal medya ortamında Çocukları suiistimal eden Pedofiller, çocuklarla internette sohbet ederek ve erotik fotoğraflar göndererek gerçek yaşamda buluşmayı teklif etme gibi davranışlar sergilemektedir. Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi’ne göre çocuk pornografisi tümüyle yasaklanmıştır. Buna rağmen internetin

takip edilemez ve denetlenemez yapısı, ülkeler arasında konuya yaklaşım farkı ve bir iş birliğine gidilememesi nedeniyle çocuk pornografisi tam olarak önlenememektedir (Çağlar ve Savaşer, 2010). İnternetin ve sosyal medyanın bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımının çocukların psikolojik ve beden sağlıklarının olumsuz etkilediğine ilişkin sonuçlar başka araştırmalarda da bulgulanmıştır.

Toprak ve arkadaşları (2009) “Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook Görülüyorum Öyleyse Varım!” isimli çalışmada Facebook kullanımına ve Facebook ortamına ilişkin iki farklı çerçeve çizmiştir. Facebook kullananların mahrem algısının değişmesi ile Facebook vb. toplumsal paylaşım ağlarında gelişen iki yeni olgu olan “Teşhircilik” ve “muhabirlik” kavramlarının ön plana çıktığını bulmuşlardır. Araştırmanın diğer bulgularına göre, Facebook’un temel kullanım amaçları arkadaş bulmak, denetim ve gözetim, video-resim-müzik-fikir paylaşımı, oyun oynamak ve örgütlenmektir. Facebook’un en temel kullanım amacının ise arkadaş bulmak olduğunun vurgulandığı etnografik alan çalışmasında Facebook vb. toplumsal paylaşım ağlarının mahrem olgumuzu değiştirdiğini, kendimizin de bizatihi her seferinde başkalarının profillerine, duvarlarına ve görsel paylaşımlarına baktığımızda gözetim ediminde bulunduğumuzu, kendi profilimize bakılacağını kestirerek bu yüzden "Facebook sahnesi"nde bilerek ve isteyerek belli bir performans sergilediğimizi, görmekten ve göstermekten bir haz aldığımızın farkında olduğumuzu savunur. Bu farkındalığın bireye yeni medya ortamlarını kullanmayı tavsiye ettiği vurgulanmaktadır (Toprak vd., 2009).

İnternet ve sosyal medyanın aşırı ve engellenemez bir biçimde kullanılmasının vardığı son nokta olan sosyal medya bağımlılığına değinen araştırmalar ilginç bulgulara değinmektedir. Örneğin Işık’ın (2007) Gazi Üniversitesinde 563 öğrenci üzerinde yaptığı bir araştırmada öğrencilerin en çok kullandıkları kitle iletişim aracı %41,2’lik bir oranla internet olarak tespit edilmiştir. Medya bağımlılık teorisi bağlamında yürütülen bu çalışmada internet kullanımı ile bağımlılık ilişkileri araştırılmış ve araştırma bulgularına göre öğrencilerin ülkesinde, dünyada olup bitenleri, kültürleri, olayları anlamak ve yorumlamak için internete yöneldikleri (“sosyal anlama”) tespit edilmiştir. “Sosyal anlama” dışında bağımlılık ilişkilerine referans olan “oryantasyon” ve “oyun” faktörleri de öğrencilerin internet ile olan ilişkilerine rehberlik etmiştir. Araştırma sonucunda internet süresindeki artış ile bağımlılıktaki yoğunluk arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit

edilmiştir. Ayrıca erkeklerin kızlardan daha yoğun bağımlılık ilişkileri geliştirdikleri kayda değer başka bir husustur.

İnternet bağımlılığı konusunda bir başka dikkate değer çalışma Taylan ve Işık'ın 2015 yılında yapmış oldukları “Sakarya’da Ortaokul ve Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı” başlıklı çalışmadır. Çalışmada, ortaokul ve liselerde öğrenim gören öğrencilerin internet kullanım alışkanlıkları ve internet bağımlılık düzeyleri araştırılmıştır. Bu kapsamda Sakarya’da 229 ortaokul ve 190 lisedeki toplam 419 kız ve erkek öğrenciye, yüz yüze görüşme yoluyla İnternet Bağımlılığı Ölçeğini de içeren soru formu uygulanmıştır. Bulgulara göre öğrencilerin % 82’sinin evinde internet bağlantısı vardır. Öğrenciler, çoğunlukla internete evden ve cep telefonlarından bağlanmaktadır. Öğrencilerin % 93,8’inin interneti her gün kullandığı görülmüştür. % 69’u günlük 1 ile 3 saat arası internete bağlanmaktadır. Sakarya’da ortaokul ve lise öğrencilerinin üçte ikilik kısmı, normal internet kullanıcıdır. Öğrencilerin üçte biri ise internet bağımlısı (%4,1) ve internet bağımlılık risk (%28,5) sınırındadır. Araştırmaya göre erkekler (%38,2), kızlara (%27,2) göre daha fazla internet bağımlılığı riski taşımaktadır. Ortaokul öğrencileri (%36), lise (%28,5) öğrencilerinden hem daha fazla internet bağımlısıdır, hem de daha fazla internet bağımlılığı riski taşımaktadır. İnternet bağımlılığını, internet kullanım süresi, çevrimiçi çevrimdışı interaktif oyun oynama süresi ve Facebook kullanımının etkilediği sonucu çıkmıştır.

İnternet bağımlılığı üzerine Balcı ve Gülnar’ın (2009) araştırması ise Selçuk üniversitesinde öğrenim gören 953 öğrenciye uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre, öğrencilerin % 23,2’sinin internet bağımlılığı belirtileri gösterdiği Anlaşılmıştır. Ayrıca internet bağımlılarının internette daha uzun süre kaldıkları ve internete daha fazla güvendikleri bulgulanmıştır.

Kılınç ve Doğan’ın (2014) internet bağımlılığına yönelik Kayseri’de 5 ortaokulda 7. ve 8. sınıflarında okuyan 352 ortaokul öğrencisi üzerinde yürüttüğü 2013 tarihli araştırmasında, ortaokul öğrencilerinin %10,7’sinin internet bağımlısı; %11,7’sinin internet bağımlılığı riski taşıdığını ortaya koymuştur. Diğer araştırmalara benzer biçimde bu araştırmaya göre de erkek öğrenciler, kız öğrencilere göre daha fazla bağımlılık riski taşımaktadırlar.

Benzer şekilde Kuzu ve arkadaşları (2008) da aşırı bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımına bağlı olarak en sık yaşanan fizyolojik sorunların sırasıyla göz yorgunluğu/göz kızarıklığı, sırt/boyun ağrısı, baş ağrısı, eklem/kas ağrısı, yorgunluk ve uykusuzluk olduğunu belirtmektedir. Bu şikâyetlerin bireylerin İnternet kullanım süresi ve sıklığına

göre arttığı ya da azaldığı bulgulanmıştır. Uçak ve Çakmak (2010) Web 2.0 araçları ve sosyal ağların nasıl ve ne amaçla kullanıldığına yönelik yaptıkları araştırmaya katılan 232 lisans öğrencisinden anket yoluyla veri toplanmış ve elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin %91,4'ünün Web 2.0 araçlarından yararlandığı; bunlardan %82'sinin bir yıldan fazla süredir bir sosyal ağa üye olduğu; sosyal ağlarla tanışma ve üye olmada çeşitli faktörlerin etkili olduğu ve bu ağların en fazla güncel gelişmeleri izlemek amacıyla tercih edildiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu, Web 2.0 araçlarının ve sosyal ağların eğitimde kullanılmasını, öğretmenleri ve arkadaşları ile iletişim ortamı yaratılması açısından önemli bulmuşlardır. Araştırma sonucu, öğrencilerin Web 2.0 araçlarını ve sosyal ağları mesleklerinde nasıl uygulayacakları konusunda kısmen bilgi sahibi olduklarını göstermiştir. Araştırmada öğrencilerin mesleklerinde Web 2.0 araçlarını ve sosyal ağları eğitim uygulamalarında duyulan ihtiyaçların bir sonucu olarak kullandıklarını ortaya koymuştur.

Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran (2010) sosyal ağların eğitimde kullanımına ilişkin yapılan araştırmaları ele aldıkları çalışmada, Facebook, Twitter ve Flickr'ı incelemişlerdir. Sosyal ağların doğası gereği öğretmenlerin eğitim öğretim süreçlerini aktif, yaratıcı, işbirlikli öğrenme ile desteklemelerine imkân vereceğini, öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci etkileşimini artıracaklarını, öğrencilerin araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanmaları ve geliştirmeleri konusunda destek olacağını vurgulamışlardır. Vural ve Bat (2010) Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya adlı çalışmada, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören katılımcılarla çalışmıştır. Araştırmada İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre öğrencilerin, tamamı internet kullanmaktadır (%100). Bunların dörtte üçüne yakın bir kısmı sosyal medyayı bilmektedir (%73,0). Öğrencilerin dörtte üçünden fazlası sosyal ağları kullanmaktadır (%85,9), Facebook, bu ağlar içinde % 82, 4'lük oranıyla en fazla kullanılan sosyal ağdır. Öğrencilerin yarısından biraz fazlası sosyal ağları her gün kullanmaktadır (%55,2). Sosyal ağlarda geçirilen süre ortalama 1-3 saat arasındadır (%41,1). Ayrıca sosyal ağların en fazla "zaman geçirmek" amacıyla kullanıldığı sonucuna varılmıştır.



### 2.2.2. Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Munoz ve Towner (2009) yaptıkları çalışmada, öğrencilerin dersleriyle ilgili konulara yönelik uygun resimlerin, videoların, mesajların, ödevlerin ve uygulamaların Facebook sosyal ağında eğitim amaçlı kullanılabilceğini belirtmiş; ayrıca öğretmenlerin Facebook ortamında web sitelerine ait adresleri ve videoları, Google belgelerini Facebook'a entegre ederek öğrencilerin sunularını, ödevlerini ve diğer ürünlerini paylaşabileceğini ifade etmiştir.

Junco (2012) ise, 2368 kolej öğrencisi ile yaptığı çalışmada Facebook kullanım sıklığı, Facebook etkinliklerine katılım ve öğrenciyi güdüleme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bunun için Ulusal Öğrenci GÜdülenme Ölçeği kullanılmış, sınıfı hazırlamaya zaman harcama ve eğitim programına yardımcı etkinliklere zaman harcama olmak üzere üç açıdan program ölçülmüştür. Sonuçlar, Facebook kullanımının güdülenme ölçeği skorlarının öngörüsüne önemli derecede olumsuz etki ettiği görülürken eğitim programına yardımcı etkinliklere harcanan zamanda olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir.

Livingstone ve arkadaşlarının (2010) önderliğinde yapılan Avrupa Çevrimiçi Çocuklar (EU KIDS ONLINE) Projesi kapsamında, 25 Avrupa ülkesinden 9 ile 16 yaşları arasında 23.420 katılımcı ve bu katılımcıların ebeveynlerinden biri ile görüşmeler yapılmıştır. Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nden bir akademisyen grubunun da katkı sağladığı araştırmanın Türkiye ayağında, 1018 çocuk ve ebeveynlerinden bir tanesi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bulguları çok az sayıda ebeveynin çocukların teknoloji kullanımı sırasında elde edeceği olanaklardan ya da karşılaşabileceği risklerden haberdar olduğunu; gerçekleşebilecek risklere karşı çocuklarını koruyabilecek yardımı sağlayabilecek donanıma sahip olmadıklarını göstermektedir. Örneğin, çoğu sosyal paylaşım sitesi hesap oluşturma için 13 yaş sınırı koyarken, Türkiye'den araştırmaya katılan çocukların üçte birinin 13 yaş altında olduğu gözlemlenmiştir. Diğer önemli bir bulgu ise, ebeveynlerin çevrimiçi risklerin bazılarını önemsemedikleri ya da gerekli önlemleri yeteri kadar alamadıklarını göstermiştir. Buna verilen bir örnekte örneğin istenmeyen iletileri önleme ya da anti-virüs programı kullanımının Avrupa'daki ebeveynlerde % 72 civarında iken Türk ebeveynlerde sadece % 46 olması düşündürücüdür. Çocukların risklerle ilgili ailelerinden değil akranlarından destek almaları, % 83.4'ünün kendilerini İnternet kullanımı hakkında çok fazla bilgi sahibi olarak kabul etmeleri, % 85'inin istenmeyen içerikle tek başlarına baş edebileceklerini düşünmeleri ailelerin

teknoloji okuryazarlığı bağlamında yeterince farkındalığa sahip olmamaları dikkate değer hususlar olarak öne çıkmaktadır ki bu, fırsat olarak algılanan bir teknolojinin kültürümüzde tehdiye dönüşebileceğini göstermektedir. Nitekim kimi bulgular, çocuk ve ergenlerin bilgisayar ve İnternet kullanımlarının niteliği ve niceliğini belirlemede önemli rol oynayan ailelerin bu konuda yetersiz kalabildiklerini göstermiştir. Bu bağlamda çocuk ve ergenlerde bilgisayar ve İnternet kullanımının fiziksel, bilişsel ve psikososyal sonuçları hakkında daha bilinçli olmamız gerektiğini göstermektedir. Yine aynı araştırmanın sonuçları medyada çocukları bekleyen riskleri üçe ayırmıştır. Bunlar: *İçerik ile ilgili riskler, iletişim ile ilgili riskler ve davranış riskleridir*. İçerik riskleri; şiddet, cinsellik ya da nefret söylemi içeren potansiyel olarak saldırgan ve zararlı içerikler şeklindedir. İletişim riskleri; taciz, siber zorbalık, siber gözetleme, yabancılarla konuşma ya da gizliliğin ihlâl edilmesi gibi uygulamalardır. Davranış riskleri ise; insanları kasıtlı olarak yanlış bilgilendirme, yalan söyleme, kişisel bilgileri dağıtma, yasa dışı veri indirme, kumar oynama ya da bilgisayar korsanlığı gibi eylemlerdir.

Ko ve arkadaşlarının (2006) ise, internet bağımlılığı ile madde kullanıcısı ergenlerin kişilik özellikleri arasındaki farklar incelenmiştir. Buna göre internet bağımlılığı olan ergenlerin madde kullanımı deneyimi olma ihtimalinin de yüksek olduğu, yenilik arayışının ve kaçınma boyutlarının yüksek, ödül bağımlılığının düşük olmasının gençlerde internet bağımlılığını yordadığı görülmüştür. Ayrıca internet bağımlılığı olan grupta zarardan kaçınma puanlarının da en yüksek olduğu görülmüştür. İnternet ortamındaki riskler arasında sağlık sorunları da ön plana çıkmaktadır. Harris ve Straker'ın (2000), 10-17 yaş arasındaki 314 öğrenci ile yürüttükleri araştırmada en sık gözlenen rahatsızlıklar şu şekilde tespit edilmiştir: boyun, sırt, bilekler ve dizlerde ortaya çıkan rahatsızlıklar, yoğun bir görsel odaklanma söz konusu olduğu için gözlerde acı ya da yanma.

Dolayısıyla literatüre de bakıldığında birçok alanda sosyal medyaya ilişkin çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmaların hem yerli hem yabancı olması sosyal medya olgusunun evrensel boyutta etkisini göstermektedir. Hayatımın her an her alanında artık sosyal medyanın da payı olduğu düşünüldüğünde, kişinin yaşadığı yeri, geçmişini, vatandaşlık algısını, hayata bakışını, insanlık tarihini, insanların düşünme biçimini vb. birçok bilgiyi barındıran sosyal bilgiler öğretimiyle sosyal medya kullanımının çok yakından ilgili olduğu düşünülmüştür. Literatüre bakıldığında sosyal bilgiler alanında bu konuda herhangi bir doktora tez çalışmasına rastlanmamıştır. Bu yüzden yapılan bu tez çalışmasının hem bilimsel alana hem de sosyal bilgiler alanına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, günümüzde hayatımızın her anını kapsayan sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için yarar ve risklerinin neler olduğu, medya paydaşlarından olan öğrenci, öğretmen ve velilerin gözünden belirlenmesi amaçlanmıştır. Mevcut durumun betimlenmeye çalışıldığı bu araştırmada *betimsel nitel araştırma yöntemi* kullanılmıştır.

“Nitel araştırma insanların yaşam tarzlarını, öykülerini, davranışlarını, örgütsel yapıları ve toplumsal değişmeyi anlamaya dönük bilgi üretme sürecidir” (Strauss ve Corbin, 1990,82). İnsan ve toplum davranışlarının incelendiği psikoloji, sosyoloji, antropoloji, eğitim gibi sosyal bilim alanlarında davranışları sayılarla açıklamak zordur. Nicel çalışmalarda elde edilen sonuçlar, insanların nasıl davrandıklarının sayısını verirken “niçin?” sorusuna cevap vermekte çoğu zaman yetersiz kalması bu boşluğu dolduracak başka yollar gerektirmiştir. İşte insan ve grup davranışlarının “niçin”ini anlamaya yönelik araştırmalara nitel (qualitative) araştırma denir (Ergün, 2005).

Geçmişte yaygın bir biçimde kullanılan nicel araştırma yöntemleri, zamanla bazı eğitim olgularını ve olaylarını açıklamakta yetersiz kalmıştır. Bu yetersizliklerle beraber nicel araştırma sonuçlarının eğitim alanında yeterince yönlendirici olmaması gibi eksiklikler nitel araştırma yöntemlerinin eğitim alanında kullanılmasına yol açmıştır. İnsan duygu ve davranışlarının esnek ve bütüncül bir yaklaşımla araştırılmayı gerektirmesi ve araştırmaya dâhil olan bireylerin görüşleri ve deneyimlerinin büyük önem taşıması nitel araştırmanın başlıca özelliklerindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Storey, 2007).

Creswell (2013) ise nitel araştırmayı, sosyal ya da beşeri bir probleme kişilerin ya da grupların yükledikleri anlamları keşfetme ve anlamaya yönelik öznel bir yaklaşım olduğunu belirtmiştir. Nitel araştırmanın kapsam sürecini ise; soruların ve işlem basamaklarının geliştirilmesi, katılımcıların kendi ortamlarından toplanması, özel durumlardan genel temalar elde edilerek tümevarımsal veri analizi yapılması ve araştırmacının verilerin anlamını yorumlama basamakları olarak belirtmiştir.

Bu araştırmada kullanılan araştırma yöntemi Türkçe literatürde farklı adlarla yer alsa da bu çalışma için yapılan araştırma esnasında karşılaşılan isimler; olay incelemesi,

durum çalışması, örnek olay çalışması, örnek olay inceleme yöntemi, vaka çalışması şeklindedir. Bu çalışmada, kullanılan araştırma yöntemi için “*genel amaçlı durum çalışması*” kavramı kullanılmıştır. Yin (1984), 1960 ve 1970’lerde tüm araştırma alanlarında olduğu gibi sosyal bilimlerde de pozitivistin egemenliğinden dolayı nitel araştırma yöntemlerinin çok az araştırmacı tarafından tercih edildiğini ve ikinci planda kaldığını ifade etmiştir (Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Yin, durum çalışmasını “güncel bir olgunun gerçek yaşam bağlamında, özellikle bağlam ve olguların sınırlarının kesin olarak belli olmadığı durumların araştırılması” şeklinde ifade etmektedir (Yin, 1994, 13 akt. Merriam, 1998, 27). Başka bir tanımda durum çalışması; “araştırmacının zaman içerisinde sınırlandırılmış bir veya birkaç durumu çoklu kaynakları içeren veri toplama araçları (gözlemler, görüşmeler, görsel-işitseller, dokümanlar, raporlar) ile derinlemesine incelediği, durumların ve duruma bağlı temaların tanımlandığı nitel bir araştırma yaklaşımı” şeklinde tanımlanmıştır (Creswell, 2007, 36). Literatürde farklı şekillerde karşımıza çıkan “durum” kelimesi; öğretmen, öğrenci, yönetici gibi bir bireyi, bir programı, bir grubu, bir topluluğu veya bir politikayı ifade etmektedir (Merriam, 1998). Dolayısıyla durum çalışması, sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda kullanılan bir araştırma yöntemidir.

Durum çalışması bazı kaynaklarda temel bir araştırma yöntemi olarak kabul edilmemektedir. Genellikle bu kaynaklarda anket ve deney gibi diğer bazı araştırma çalışmalarına başlamadan önce yapılan bir ön keşif çalışması olarak kabul edilir. Durum çalışmalarının etnografik veya katılımcı gözlem türü çalışmalarla karıştırılması da, literatürde yaygın olarak karşılaşılan bir yanılgıdır (Yıldırım, Şimşek, 2013). Durum çalışması sosyal bilimlere ilişkin kullanılan bir yöntem olup, toplumsal bir birimin geçmişini, şimdiki durumunu ve çevreyle ilişkisel özelliklerini oldukça ayrıntılı bir biçimde incelenmesine imkân tanır. Durum çalışması, tek bir kişinin, bir ortamın, tek bir tür dokümanın ve olayın ayrıntılı olarak incelenmesidir (Kazak, 2001). Bu çalışmada sosyal medya ortamı durum çalışmasına konu olmaktadır.

Öte yandan durum çalışmasına yönelik *ön yargılar* da mevcuttur. Yin (1984) bunları üç şekilde ortaya koymaktadır; “Durum çalışması yanlıdır”, “Durum çalışması genellemelere izin vermez”, “Durum çalışması zaman alır ve sonuçta okunması mümkün olmayan şişkin bir veri seti yaratır”. Bunun dışında durum çalışmalarında karşılaşılan güçlükleri Creswell (2007) şu şekilde ifade etmektedir:

- a) Araştırmacının çalışacağı durumun tanımlanması, sınırlarının belirlenmesi,
- b) Araştırma desenine karar verilmesi, tek durum mu çalışılacak ya da çoklu durumlar mı? Eğer çoklu durum ise kaç tane durum seçilmesi gerektiğine karar verilmesi,
- c) Durumun sınırlarının belirlenmesinde yaşanan güçlüklerin neler olduğu.

Yin, *durum çalışması tasarımı*nın dört kategoriden oluştuğunu belirtmiştir. Bunlar (Yin, 2002, 39-53);

- Tekli durum (holistik) tasarımı (Tip-1)
- Tekli durum (gömülü) tasarımı (Tip-2)
- Çoklu durum (holistik) tasarımı (Tip-3)
- Çoklu durum (gömülü) tasarımı (Tip-4) şeklindedir.

İhtiyaç analizi bağlamında yapılan bu araştırmada bir tane durum (sosyal medya) çalışıldığından “Tekli durum (holistik) tasarımı” (Tip-1) kategorisine girmektedir. Tekli durum çalışmaları bilgi ve kuram oluşturmada önemli olup, ayrıca birçok ortam için uygundur. Yin (2003) tekli durum çalışması tasarımı beş tane mantıksal temelinden bahsetmekte olup bunları şu şekilde sıralamıştır (Yin, 2002, 39-53): (a) Ciriticalcase (Eleştirel durum), (b) Typicalcase (Özgün durum), (c) Revelatorycase (Açığa çıkarıcı durum), (d) Longitudinalcase (Uzunlamasına durum) şeklindedir. Bu çalışma bir durum çalışmasıdır. Buradaki durum Sosyal medyadır. Katılımcı ifadelerinden hareketle Sosyal Medyanın öğrenciler için yararları, risklerinin neler olduğu ve kendilerinin bu konudaki önerileri incelenmiştir. Bu açıdan *genel amaçlı durum çalışması* tabiri daha uygun düşmektedir. Merriam, genel amaçlı durum çalışması için; tanımlayıcı, yorumlayıcı ve değerlendirmeye yönelik durum çalışması şeklinde üç alt kategoriden bahsetmektedir bunlar (Merriam, 1998, 34-40):

- Tanımlayıcı durum çalışmaları; bir olguya ilişkin detaylı açıklamalar sunar.
- Yorumlayıcı durum çalışması; kavramsal kategorilerin geliştirilmesinde, örneklenmesinde, desteklenmesinde veya teorik kabullerin tartışılmasında verilerin kullanılabilirdiği detaylı ve zengin bilgiler sunar.
- Değerlendirmeye yönelik durum çalışmaları; tanımlama, açıklama ve muhakeme yapmayı gerektiren çalışmalardır.

Sosyal Medya'nın paydaşların gözünden öğrencileri için yararlarının, risklerinin ve çözüm önerilerinin verildiği katılımcı ifadelerinden hareketle bu araştırmada kod, alt tema ve temalardan hareketle kategoriler geliştirildiğinden genel amaçlı durum çalışmalarından

yorunlayıcı durum çalışması kapsamına girmektedir. Bu tür desenlerde araştırmacı tek problem türünden yola çıkarak alana ya da okullara standart bir araçla gidip, her üç durumda da karşılaştırılabilir veri elde etmezse, durumlar arasında karşılaştırma yapmak mümkün olmaz.

Durum çalışması yaparken, temel olarak aşağıdaki basamaklar izlenir (Şimşek ve Yıldırım, 2013):

1. Araştırma sorularının belirlenip geliştirilmesi
2. Araştırmanın alt problemlerinin belirlenmesi
3. Analiz biriminin belirlenmesi
4. Çalışılacak durumun belirlenmesi
5. Araştırmaya katılacak bireylerin tespit edilmesi
6. Verinin toplanması ve toplanan verinin önermelerle veya alt problemlerle ilişkilendirilmesi
7. Verinin analiz edilmesi ve yorumlanması
8. Durum çalışmasının raporlaştırılması

Bu araştırma “paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve risklerinin neler olduğu” na odaklanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda genel amaçlı durum çalışmasıyla sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için oluşturduğu riskler ve yararların neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Yukarı da da bahsedildiği gibi bu araştırma bir konu hakkında birçok katılımcıdan bilgi elde edilmiştir.

### 3.2. Araştırma Grubu

Nitel araştırma yönteminde nicel araştırmalara oranla örneklemin küçük olması olası bir durumdur. Durum çalışmasında da katılımcı sayısı veya örneklem büyüklüğü gibi faktörler toplanan verilerin niteliğiyle ilgili bir özelliktir. Bu özellik, durum çalışmalarının derinlemesine ve ayrıntılı bir araştırma yöntemi olmasındandır ki, kimlerin araştırmaya dâhil edileceği konusunda seçkisiz, sistematik, tabaka ve küme gibi örnekleme yöntemleri kullanılabileceği gibi, çoğunlukla nitel araştırmayla özdeşleşmiş olan “*amaçlı örnekleme yöntemleri*” de kullanılabilir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Bu bağlamda araştırmanın verileri, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen grup üzerinden toplanmıştır. Patton'a (1987)

göre, amaçlı örnekleme zengin bilgiye sahip olduğu varsayılan durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermesi açısından, amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olur. Nitel araştırmada amaç genelleme değil, bütüncül bir resim elde etmek olduğundan, nitel araştırmalarda çalışılan konuyu derinlemesine ve tüm olası ayrıntıları incelemek temel esaslardandır. (Akt. Yıldırım ve Şimşek 2013). Bu çalışmada da “Paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri nelerdir?” sorusuna yanıt bulmak için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Patton’a (1987) göre başlıca amaçlı örnekleme yöntemleri şu şekildedir: a) Aşırı veya aykırı durum örnekleme, b) Benzeşik örnekleme, c) Tipik durum örnekleme, d) Kritik durum örnekleme, e) Kartopu veya zincir örnekleme, f) Ölçüt örnekleme, g) Doğrulayıcı veya yanlılayıcı örnekleme, h) Kolay ulaşılabilir (convenient) durum örnekleme ve ı) *Maksimum çeşitlilik örnekleme* (Akt. Yıldırım ve Şimşek 2013)

Yıldırım ve Şimşek (2013) maksimum çeşitlilik örneklemesinin temel amacının küçük bir örneklem oluşturarak bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek kişilerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmak olduğunu belirtmiştir. Ayrıca maksimum çeşitliliğe dayalı bir örneklem oluşturmada amaç genelleme yapmanın aksine çeşitlilik gösteren durumlar arasında herhangi bir ortak ya da paylaşılan olguların olup olmadığına ve bu çeşitliliğe göre problemin farklı boyutlarını ortaya koymaktır. Bu araştırmaya 230 kişi katılmıştır. Bu katılımcılar çeşitlilik arz edecek halde olup; öğrenci (130), veli (50) ve öğretmenlerden (50) oluşmaktadır. Araştırma probleminin paydaşlarını oluşturan bu durumlar kendi içerisinde ayrı ayrı çeşitlilik oluşturmaktadır. Ele alınan her bir durumda örneklemin hangi açılardan maksimum çeşitlilik oluşturduğu tek tek ele alınmıştır.

- Öğrenci açısından: Araştırma örnekleminin çeşitlilik oluşturması ve genellenebilirliği için araştırmaya Denizli ilinde bulunan sosyo-ekonomik açıdan, kırsal-kent açısından, okul mevcudu açısından 130 öğrenci dâhil edilmiştir. Ortaokul öğrencileri içerisinde sosyal medyayı daha aktif kullandıkları düşüncesinden dolayı araştırmaya 7 ve 8. Sınıf öğrencilerinden sınıf kademesi açısından farklı öğrenciler alınmıştır. Yine bu gruba cinsiyet, yaş, akademik başarı, ailenin sosyo-ekonomik durumu ve anne- babanın boşanmış olup olmaması açısından çeşitli öğrenciler alınmıştır.

- Veli açısından; araştırmaya 50 öğrenci velisi katılmıştır. Veliler arasında maksimum düzeyde çeşitlilik sağlamak için velilerde; cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu, gelir durumu ve yaşadıkları sosyal çevre göz önünde bulundurulmuştur.
- Öğretmen açısından; araştırmaya alınan öğretmenlerin; yaş, cinsiyet, branş, görev yaptıkları okul, mesleki kıdem ve yaşadıkları şehir açısından maksimum düzeyde çeşitlilik sağlanmaya çalışılmıştır.

Maksimum çeşitlilik örnekleme bu yönüyle küçük benzeşik bir örneklem oluşturma yoluyla belirgin bir alt-grubu tanımlayan benzeşik (homojen) örnekleme tekniğinin tersi yönde çalışmaktadır. Bu örnekleme tekniğini kullanacak araştırmanın dikkat edeceği iki önemli husustan ilki; araştırmacı amacı konusunda açık olmalı ve çeşitliliği sağlayıp evrene genelleme yapmaktan kaçınıp, çeşitlilik gösteren durumlar arasında ne tür ortaklıkların ve benzerliklerin olduğunu belirlemesidir. İkinci husus ise, seçtiği problemle ilgili durumlar arasında çeşitlilik kaynaklarını olabildiğince ayrıntılı olarak belirledikten sonra bunlar arasında örnekleme hangi çeşitlilik alanlarını yansıtacağına karar vermelidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Dolayısıyla yukarıdaki nedenler göz önünde bulundurularak bu araştırmada sosyal medyanın yarar ve riskleri konusunda düşüncelerine başvurulacak paydaşlardan; veliler, öğretmenler ve öğrenciler çalışma grubunu oluşturmuştur. Çalışma grubuna 2014-2015 eğitim-öğretim yılında Denizli ili merkezinde bulunan okullarda eğitim gören 130 öğrenci, 50 veli ve 50 öğretmen oluşturmaktadır. Özellikle Çalışma grubu olarak Denizli ilinin seçilmesinin sebebi ise, okullarda öğretmen, öğrenci ve velilerle mülakat yapma izni, ulaşım imkânları ve diğer prosedürler sayılabilir.

### 3.3. Veri Toplama Aracının Hazırlanması ve Pilot Uygulama

Sosyal medyanın yarar ve risklerine yönelik yapılan bu araştırmanın alt problemlerine yanıt bulmak amacıyla veri toplama aracı olarak “*Sosyal Medyanın Yarar ve Riskleri*” adlı yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Katılımcılarla gerçek görüşmeler yapılmaya başlanmadan önce bazı katılımcılarla sosyal medyanın yarar ve risklerinin neler olduğu konusunda ön görüşmeler yapılarak, görüşme formunda olması ve olmaması gereken sorular netleştirilmiştir. Yapılan ön görüşmelerde katılımcılar sosyal medyanın hayatı birçok açıdan kolaylaştırmanın yanında bilinçli kullanılmadığında bazı risk faktörlerini de barındırabileceği yaşantılarından örneklerle açıklamışlardır. Pilot



görüşmeler yardımıyla elde edilen deneyimler ışığında gerçek görüşmelerde katılımcılarca yanıtlanacak görüşme soruları netleştirilmiştir. Nitekim ölçeğin hazırlanma sürecinde gerçekleştirilen ön görüşme sürecinden elde edilen verilerle örnek oluşturacak küçük bir analiz tablosu hazırlanmıştır. Bu tabloda öğrenci ifadelerinden içerik analizi yoluyla kodlar ve onların arasındaki ilişkilerden hareketle de temalar bulunmuştur. Dolayısıyla ölçme aracının amaca hizmet tablo 3’te de görülmüştür.

Tablo 3.1

*Pilot uygulama*

<b>SORU-1: YARARLARI NELERDİR?</b>			
TEMA	KOD	F	AÇIKLAMALAR
İLETİŞİM	Arkadaşlarla görüşme	12	<b>Ö-2:</b> “Eski arkadaşlarımızla görüşebiliyoruz, ondan sonra askere gittiğimizde asker arkadaşlarımızla görüşebiliyoruz.” <b>Ö-7:</b> “Arkadaşlarınla konuşabiliyorsun facebook üzerinden, mesajlaşılabiliyorsun, hani görüntülü konuşabiliyorsun arkadaşınla, hiç görmediğin arkadaşını, uzaktan konuşabiliyorsun.” <b>Ö-13:</b> Yani böyle mesaj atıyorlar, konuşuyoruz. Böyle tabi ilk olarak başka şehirde ise içinde bir özlem oluyor onları özlediğim için. Böyle bir seviyorum hani birlikte konuşuyoruz.”
	Fotoğraf ve video paylaşma	11	
	<b>Hızlı haberleşmek</b>	<b>36</b>	
	Görüntülü konuşmak	8	
	Yurt dışındakilerle konuşmak-özlem giderme	12	
	Daha ucuza iletişim kurmak	6	
<b>SORU-2: RİSKLERİ NELERDİR</b>			
TEMA	KOD	F	AÇIKLAMALAR
PSİKOLOJİK RAHATSIZLIKLAR	Bağımlılık yapması	24	<b>Ö-10:</b> “Mesela ilk başta diyorsun on dakika oynayayım yeter, ama tabi bir kere oynuyorsun bir kez daha oynayacağım... Bunun yanında ödevin oluyor yapamıyorsun. Başka bir yapacak olduğun iş oluyor onu yapmıyorsun. Çoğu kişi eve geldiğinde telefondan giriyorsun, annengiriyor, baban giriyor böyle iletişim kuramıyorsun bir birinle... Direk oraya giriyor. Tamam ondan sonra ben yatıyorum yattım bitti.” <b>Ö-1:</b> “Yani sürekli ben durum atım ki onlarda beğensin diyorsun.” <b>Araştırmacı:</b> Mesela bağımlı olan duydun mu? <b>Ö-20:</b> Kendim bağımlıyım zaten..”
	Tatminsizlik	9	
	Rezil olma duygusu	25	
	<b>Sosyal medya ve teknolojiye güvensizlik</b>	<b>35</b>	
	Can sıkıntısı ve depresyon	17	
	Psikolojik rahatsızlıklar	26	

Bu araştırmanın ölçme aracı yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine bağlı kalınarak araştırmacı tarafından sosyal medyanın yararları, riskleri ve çözüm önerileri konusunda katılımcıların görüşlerini öğrenmek amacıyla hazırlanmış olup, formda açık uçlu sorulara yer verilmiştir. Görüşme formunun geliştirilmesinde ilk olarak sosyal medyanın önemli iki boyutuna temas edecek sorular ve bu sorunların dışında katılımcıların önerilerine yönelik sorular oluşturulmuştur. Araştırmacı tarafından netleştirilen görüşme soruları beş farklı uzmana gönderilerek, bu soruların içinde araştırma sürecine en iyi şekilde katkı sağlayacak sorular seçilmiştir. Soruların açık ve anlaşılır olarak ifade edilmesine, farklı yorumlara neden olmamasına ve yönlendirici olmamasına dikkat edilmiştir. Katılımcıların çoğunu

ortaokul öğrencileri oluşturmakla birlikte sosyal medya kullanımı konusunda paydaşların fikrini almak amacıyla, veli ve öğretmengörüşlerine de başvurulmuştur. Veli ve öğretmenlere de aynı sorular yöneltilmiş olmakla birlikte küçük bazı değişiklikler yapılmıştır. Bu aradaPilot uygulama sırasında herhangi bir sorunla karşılaşmadığını belirtelim.

### 3.4. Araştırmacının Rolü ve Verilerin Elde Edilmesi

Nitel araştırma sürecinde araştırmacı, nicel araştırmada olduğu gibi sadece incelediği konuya ilişkin çeşitli yöntemlerle bilgi toplayan, veriye dönüştüren, analizlerini yapıp sunmanın aksine, araştırma sürecinde araştırmaya katılan kişilerle bizzat görüşmeler yapıp, görüşme sürecinde elde ettiği deneyimleri kendi bilgi, beceri ve tecrübesi dâhilinde çözümleyip kullanan kişidir. Bu araştırmada da araştırma sürecinde araştırmacının rolü ayrıntılı olarak ele alınıp, araştırmacının geçerlilik ve güvenilirliği artırılmak istenmiştir.

Yıldırım ve Şimşek'e göre (2013) nitel araştırmalarda nicel araştırmalarda olduğu gibi, araştırmacı bir olayı ya da bir olguyu uzaktan ve dışardan incelemeye çalışsa bile, kullandığı veri toplama araçları ya da veri analiz biçimiyle kendi bakış açısından izler bırakır. Nicel araştırmada bile “*tam nesnellik*”in neredeyse mümkün olmadığı göz önünde bulundurulduğunda araştırmacı, veri kaynaklarından uzaklaşıp, elde edebileceği daha geçerli verileri de kaybetmemelidir. Bu yönüyle nitel araştırma, “*öznel*” olmanın “olumsuz bir araştırmacı davranışı” olmayıp, tam tersine bu özelliğin gerektirdiği sorumluluğu önceden kabul ederek, açık bir biçimde bulguları ortaya koymanın önemli ve gerekli olduğunu savunur. Dolayısıyla araştırmacı tüm bunları göz önünde bulundurarak, veri toplama sürecinde aşağıdaki aşamaları izlemiştir.

Araştırmanın en başında araştırmacı kendisi de problem olarak hissettiği bir konuyu araştırma kapsamına aldığından araştırma ile ilgili literatürü merak ve arzu ile okuduktan sonra, araştırma konusu, problemi ve alt problemlerini belirlemiştir. Daha sonra araştırmanın yöntemini ve örneklem tekniğini netleştirerek, nasıl bir metot izleyeceğini belirlemiştir. Araştırma metodu belirlenmesi sürecinde nasıl bir ölçme aracı kullanılacağı düşüncesinden hareketle 2014-2015 eğitim-öğretim yılı döneminde “*sosyal medyanın yarar ve risklerinin neler olduğu*”na yönelik yarı yapılandırılmış bir görüşme formu hazırlanmıştır. Resmi kurumlardan 2014-2015 eğitim-öğretim yılında gerekli izinler

alındıktan sonra Denizli ili merkezinde bulunan okullardan veriler toplanmaya başlanmıştır. Veri toplama sürecini araştırmacı bizzat kendisi yürüterek, literatürde konuyla ilgili okuduğu bulgu ve bilgilerin yeni bilgilerle arasındaki benzerlik- farklılık ve çeşitliliğin farkına varmayı amaçlamıştır.

Araştırmacı toplamda 230 katılımcıdan bilgi toplamıştır. Bunların 50'si öğretmen, 50'si veli ve 130'u da ortaokul öğrencilerinden oluşmaktadır. Görüşmelerden verilerin bir kısmı ses kayıt cihazı, bir kısmı ise, yazılı olarak toplanmıştır. Görüşme sırasında katılımcıların, paylaştıkları bilgilerin kullanılmasını istemediği takdirde sonradan silinebileceği belirtilmiştir. Burada amaç daha geçerli ve güvenilir bilgiler elde etmek için katılımcının kendini güvende hissedeceği bir ortam oluşturmaktır. Ayrıca araştırmacı Sosyal medyanın özellikle riskleri konusunda katılımcıların kendi yaşadıkları deneyimlerini öğrenmek için mülakat sırasında katılımcıya paylaştığı bilgilerin gizli kalacağı ve herhangi bir yerde katılımcının kimliğinin açıklanarak kullanılmayacağı konusunda güven verecek tutum ve davranışlar sergilemiştir.

Öğrencilerden yirmisi, öğretmenlerden sekizi ve velilerin dört tanesiyle “sosyal medyanın yarar ve riskleri” konusundaki düşüncelerini öğrenmek için ses kayıt cihazı kullanılarak bireysel görüşmeler yapılmıştır. Geri kalan katılımcıların görüşleri yazılı olarak toplanmıştır. Onların bu konudaki bilgi, deneyim, tecrübe ve Bazı velilerin okula gelmesi mümkün olmadığından araştırmacı velinin evinde görüşmeyi gerçekleştirmiştir.

### 3.5. Verilerin Çözümlemesi

Araştırmacı tek bir olgu ya da duruma odaklanarak olguyla ilgili önemli özelliklerin etkileşimini açığa çıkarmayı amaçlayıp, bu amaç için verilerin çözümlemesi ve yorumlamasıyla ortama, içindeki insanlara ve ilgilenilen etkinliklere ilişkin betimlemelere yer verir. Araştırmanın bulgularını desteklemek için veriler içinden katılımcıların kendi sözlerine, dokümanlardan doğrudan alıntılara yer verilip, verilerin çözümlemesi sürecinde, kayıt altına alınan her bir katılımcı ile yapılan görüşme ayrı bir ses dosyası olarak kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler *kelime işlemci* programı aracılığıyla elektronik ortama aktarılırken görüşme tarihi, saati, katılımcı adı belirtilecek biçimde bir dosyalama düzeni yapılmıştır. Görüşme kayıtları yazıya geçirilmeden önce genel hatlarıyla baştan sona dinlenerek, tekrar sürekli geri alma yoluyla tüm konuşmalar yazıya geçirilmiştir. Diğer bir aşamada ise, başka bir gün kayıt tekrar açılarak, önceden yazıya geçirilen metin

takip edilip, (varsa) bazı ekleme ve düzeltmeler yapılmıştır. Görüşmeler yazıya geçirilirken, araştırmada herhangi bir veri kaybı ya da araştırmaya herhangi bir katkısı olmayacağından dolayı ağız farklılıkları dikkate alınmadan yazıya geçirilmiştir. Örneğin, görüşmelerin araştırmacı tarafından düzenlenip kelime işlemci programı aracılığıyla elektronik ortama aktarılmasının ardından araştırmacı katılımcılara verileri göndererek katılımcılardan bunların gerçeği yansıtıp yansıtmadığına ilişkin düşüncelerini belirtmesini istemiştir. Ses kaydı ve yazılı doküman halinde toplanan verilerin doğruluğunu tüm katılımcılar onayladıktan sonra, araştırmacının alt problemlerini yanıtlamak amacıyla yapılandırılmış görüşmeler yoluyla toplanan veriler, nitel veri analiz tekniklerinden “içerik analizi” yoluyla çözümlenmiştir. *Çözümleme sürecinde katılımcılar için bazı kısaltmalar kullanılmıştır. Öğrenciler için: Ö, öğretmenler için: ÖT ve veliler için de V kısaltmaları kullanılmıştır.* Tablo 3.1.’de pilot çalışma sonucu çözümlenen bazı veriler sunulmuştur.

Tablo 3.2

*İçerik Analizi*

REHBERLİK	Yarar ve risklerini anlatmalarını	15	<b>Ö-3:</b> “Tüm öğretmenlerin toplanıp okuldaki tüm öğrencileri toplayıp, internet hesabı olup olmayan herkesleri bilinçlendirmelerini isterim. Bir tek öğrenciler değil, velilerin de çünkü velilerin de, anne babaların da hesapları çalınıyor. Hani internet hesaplarında sosyal medya güvenliği diye bir grup açarak, öğrencileri de oraya ekleyerek orda da yazılar yazarak onları bilinçlendirebilirler.”
	Aktif kullanıcılar olmalarını	11	
	Rehber olmalarını	7	
ANLAYIŞ	Kötülememelerini	7	<b>Ö-9:</b> “Bizim dersimize giren öğretmenlerin hiç biri sosyal medyayı olumlu falan bulmuyor. Ya çoğu işte diyor ki genellikle ders çalışın diyor, sürekli ders sürekli ders. Ama sürekli ders çalışarak nereye kadar gidebileceğiz? Yani biraz da özgür yaşamamız lazım.” <b>Ö-13:</b> “Anlayışlı olmalarını ve bizim yerine koymaları, empati kurmalarını”
	Empati kurmalarını	8	
	Sadece ders için sıkılmaları	1	
	Yararlarını göz ardı etmemeleri	5	
EĞİTİM ENTEGRE	Sosyal medyayı derste kullanmaları	6	<b>Ö-10:</b> “Mesela facebookta hani mesela bir grup kuruluş orda arkadaşlar, çocuklar şu grupta sizin ödevinizle ilgili orada hani gerekli şeyler var, bakabilirsiniz, demelerini istiyorum. Ama genelde işte sosyal medya kötü, şöyle kötü böyle kötü genelde kötüleniyor, aslında öyle bir şey değil.”

Yıldırım ve Şimşek’e (2013) göre içerik analizinin amacı verileri tanımlamak, verilerin içinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaktır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği şekilde yorumlamaktır.

Bu araştırmada da görüşmelerden elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizinden yararlanılmıştır. Metne dökülmüş olan görüşme kayıtları, araştırmacı tarafından genel bir şekilde okunmuştur. Daha sonra metin kelime kelime, satır satır

dikkatlice okunup, burada katılımcının konuşmalarından *kodlar (kavramlar)* oluşturulmuş ve bu kodlar arasındaki *ilişkiler (temalar)* belirlenmiştir. Daha sonra kodların ve temaların düzenlenmesi yapılmış, öğrencilerin verdikleri yanıtların tekrar sayısına göre kodların frekans değerleri oluşturulup, elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Bu çalışmada içerik analizi kapsamında: Verilerin kodlanması, temaların bulunması, verilerin kodlara göre düzenlenmesi ve tanımlanması ile bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamaları izlenmiştir. Sıralanan aşamalar aşağıda genişçe açıklanmıştır.

1)Verilerin kodlanması: İçerik analizinin ilk aşaması olup, araştırmacı bu aşamada elde ettiği bilgileri incelemeye, anlamlı bölümlere ayırmaya ve daha sonra her bölümün kavramsal olarak ifade ettiği anlama ulaşmaya çalışır. Bir sözcük, cümle, paragraf ya da bir sayfalık veriden oluşabilecek bu bölümler araştırmacı tarafından isimlendirilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Strauss ve Corbin (1990) üç tür kodlama biçiminden söz etmektedir: daha önceden belirlenmiş kavramlara göre yapılan kodlama, verilerden çıkarılan kavramlara göre yapılan kodlama, genel bir çerçeve içinde yapılan kodlama (Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen verilerin kodlanması sürecinde “*verilerden çıkarılan kavramlara göre yapılan kodlama*” biçimi benimsenmiştir. Sözü edilen kodlamada, toplanan verilerin analizine rehberlik edecek bir kavramsal yapısı olmadığı için veriler tümevarımcı bir analize tabi tutularak, sonucu araştırmacı tarafından ortaya çıkarılmıştır. Araştırmacı, verileri satır satır okumuş ve araştırmanın amacı çerçevesinde önemli olan boyutları saptamıştır. Ortaya çıkan anlamlara göre araştırmacı, kodlar üretmiş ya da tümevarımcı analizin gereği olarak doğrudan verilerden yola çıkarak kodlar oluşturmuştur.

Bu çalışmada 2014–2015 eğitim- öğretim yılı bahar ve güz dönemlerinde elde edilen veriler, bilgisayarda kelime işlemci yardımıyla yazıya dökülmüştür. Genel olarak veri setinin tümü okunduktan sonra kod oluşturma süreci, görüşme metinleri satır satır okunarak ve ilgili cümlelerin altları çizilerek gerçekleştirilmiştir. Veri setinde ilk okuma tüm katılımcıların sosyal medyanın yarar ve risklerine yönelik oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formundaki ilk soru olan “*Sosyal Medyanın sizin için; yararları nelerdir? Neden yararlı?*” şeklindeki soruya verdikleri tüm yanıtlar okunmuştur. Daha sonra *Riskleri nelerdir?* ve “*önerileriniz nelerdir?*” şeklindeki soruların tüm yanıtları okunmuştur. Katılımcıların aynı soruya verdikleri yanıtlarda benzer kavramlardan yola çıkılarak kodlar oluşturulmuştur. Okumalar devam ettikçe kod listesi zenginleştirilmiştir. Geliştirilen olası kod listesi kullanılıp, veri seti üzerinde kodlamalar üç aşamada

gerçekleştirilmiştir. Bunlar öğrenci, veli ve öğretmenlerden elde edilen verilerin ayrı ayrı kendi içinde kodlanması olmuştur. İlk etapta ortaokul öğrencilerinin sosyal medyanın yararları, riskleri ve önerileri konusundaki ifadeleri kodlanarak, kodların önem derecesini belirlemek için kodların tekrar sıklıklarına bakılmıştır. İkinci aşamada velilerin sosyal medyanın yararları, riskleri ve önerileri konusundaki ifadeleri kodlanmıştır. Üçüncü aşamada ise öğretmenlerden elde edilen veriler aynı şekilde kodlanarak veri setinden zengin bir kod listesi oluşturulmuştur.

2) Temaların bulunması: Elde edilen veriler kodlanıp, veriler bu kodlara göre sınıflandırılmıştır. Daha sonra ortaya çıkan kodlardan hareketle verileri genel düzeyde açıklayabilen ve kodları belirli kategoriler altında toplayacak temaların oluşturulmasına sıra gelmiştir. Temalar kodlara göre daha genel bir olguyu simgelediklerinden, bu süreç toplanan verilerin bir anlamda kodlar aracılığıyla kategorize edilmesi demektir. Tematik kodlama yaparken iç ve dış tutarlılıkla ilgili ilkelere dikkat edilmesi gerektiğinden özellikle iç tutarlık konusunda ortaya çıkan temanın altında yer alan verinin anlamlı bir bütün oluşturmasına, dış tutarlık konusunda ise temaların birbirlerinden farklı olmakla birlikte kendi aralarında anlamlı bir bütün oluşturmasına dikkat edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada ulaşılan asıl kod listesi ölçüt alınarak, veri setindeki kod listesi üzerinde tekrar çalışan araştırmacı, kodlardan hareketle Sosyal medyanın yarar ve riskleri konusunda katılımcıların yanıtlarından temalar oluşturmuştur. Ortaya çıkan temalara göre veri setinin etkili bir biçimde temsil edilip edilmediğini kontrol etmek amacıyla başka bir uzmana görüşme dökümlerini inceletilmiş ve daha sonra tema ve alt temaları kesinleştirmiştir.

3) Verilerin kodlara ve temalara göre düzenlenmesi ve tanımlanması: Araştırmacının topladığı verileri kodlara ve temalara göre düzenlenmesi aşaması Yıldırım ve Şimşek (2013, 269) tarafından şöyle ele alınmıştır. İlk aşamada ayrıntılı kodlama ve ikinci aşamadaki tematik kodlama sonunda araştırmacı, topladığı verileri düzenleyebileceği bir sistem oluşturur. Üçüncü aşamada ise araştırmacı, bu sisteme göre elde ettiği verileri düzenleyip, belirli olgulara göre verileri tanımlamayı yorumlamaya çalışır. Bu çalışmada da katılımcıların sosyal medya konusunda aynı soruya verdikleri yanıtlardan elde edilen kodlar oluşturulmuştur. İlk etapta kod oluşturma sürecinde katılımcı ifadelerinin en küçük anlamlı birimi ele alınmış ve bunlar kodlanmıştır.

4) Bulguların yorumlanması: Bu aşama toplanan verilerin açıklanmasında ve anlamlandırılmasında araştırmacının görüş ve yorumları nitel araştırmada önemli yer tutmaktadır. Bu yüzden araştırmacının bu son aşamada, topladığı verilere anlam kazandırmak ve bulgular arasındaki ilişkileri açıklamak amacıyla neden-sonuç ilişkileri

kurmaya çalışmıştır. Bulgulardan birtakım sonuçlar çıkararak, elde ettiği sonuçların önemine ilişkin açıklamalar yapmıştır. Araştırmacı bulgularda tema ve alt temaları açıklarken katılımcı ifadelerinden ilgili olanlardan alıntı yapmıştır. Alıntılama yapılırken en çok tekrar eden ve en az tekrar eden kodlar göz önünde bulundurulmuştur. Ayrıca katılımcı alıntılarında gerçek yaşantılardan yola çıkılarak verilen ifadelere öncelik verilmiştir.

### 3.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Bir araştırmanın sonuçlarının inandırıcılığı araştırmanın en önemli ölçütlerindedir. Bu bağlamda LeCompte ve Goez (1982) geçerlilik ve güvenilirlik kavramlarını ve çeşitli boyutlarını şu şekilde ele almıştır. Araştırma için genel anlamda “geçerlik” araştırma sonuçlarının doğruluğudur. “Dış geçerlik” elde edilen sonuçların benzer gruplara ya da ortamlara aktarılabilmesidir. “İç geçerlik” ise, araştırma sonuçlarına ulaşırken izlenen sürecin çalışılan gerçekliği ortaya çıkarmadaki yeterliğidir. Araştırmanın kısaca tekrar edilebilirliği olan “güvenirlik”, araştırma sonuçlarının benzer ortamlarda aynı şekilde elde edilip edilmeyeceği olan “dış güvenilirlik” ve başka araştırmacıların aynı veriyi kullanarak aynı sonuçlara ulaşip ulaşmadığına yönelik olan “iç güvenilirlik” şeklinde boyutlara ayrılmıştır (Akt. Yıldırım ve Şimşek; 2013).

Licolen ve Guba (1985) nitel araştırmaya ilişkin bazı kavramların tanımının, nicel araştırmalarda geleneksel olarak kabul gören ve önemli değer ölçütleri olarak ön plana çıkarılan “geçerlik” ve “güvenirlik” kavramları çerçevesinde değil, nitel araştırmanın doğasına uygun olabileceğini düşündükleri alternatif kavramlarla yapılması gerektiğini belirtmiştir. Bu bağlamda “iç geçerlik” yerine “inandırıcılık”, “dış geçerlik” (ya da “genelleme”) yerine “aktarılabilirlik”, “iç güvenilirlik” yerine “tutarlılık” ve “dış güvenilirlik” (ya da “tekrar edilebilirlik”) yerine “teyit edilebilirlik” kavramlarını kullanmayı tercih etmektedirler (Akt. Yıldırım ve Şimşek; 2013). Bu araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla yapılan işlemler aşağıda verilmiştir.

#### 3.6.1. İnanırıcılık/ İç geçerlik

Licolen ve Guba (1985) inandırıcılığın başarılabilmesi için araştırmacıların kullanabilecekleri bir takım stratejiler (uzun süreli etkileşim, derinlik odaklı veri toplama,

çeşitleme, uzman incelemesi ve katılımcı teyidi) önermektedirler. Ayrıca nitel araştırmalarda iç geçerliğin sağlanması için bulgular Miles ve Huberman'a (1994) göre:

- Ortama bağlı olarak tanımlanıp tanımlanmadığı,
- Bulgular kendi içinde anlamlı ve tutarlı mıdır?
- Farklı veri kaynakları, farklı veri toplama yöntemleri ve farklı analiz stratejileri kullanılarak teyit edilmiş midir? Yani anlamlı bir bütün oluşturuyor mu?
- Elde edilen bulgular, daha önce oluşturulan kavramsal çerçeve veya kuramla uyumlu mudur?
- Bulguları teyit etmede kullanılan kurallar, stratejiler var mı? Bu stratejiler uygun bir biçimde kullanılmış mıdır?
- Açık olmayan olgular ya da olaylar belirlenmiş midir?
- Bulguları açıklamada alternatif yaklaşımlar kullanılmış mıdır?
- Bulgular araştırmaya katılan bireyler tarafından gerçekçi bulunmuş mudur?
- Araştırmanın bulgularından yola çıkılarak yapılan tahminler ve genellemeler elde edilen verilerle tutarlı mıdır? gibi sorulara cevap verilmesi gerekmektedir (Akt. Yıldırım ve Şimşek; 2013).

Bu araştırmanın iç güvenilirliğini (tutarlılığını) artırmak amacıyla bulguların tamamı yorum yapılmadan doğrudan verilmiştir. Görüşmede elde edilen veriler üzerinde araştırmanın güvenilirliğini gerçekleştirmek amacıyla, veriler iki araştırmacı tarafından incelenerek  $P$  (Uzlaşma Yüzdesi) =  $\left[ \frac{Na \text{ (Görüş Birliği)}}{Na \text{ (Görüş Birliği)} + Nd \text{ (Görüş Ayrılığı)}} \right] \times 100$  (Miles & Huberman, 1994) formülü kullanılmıştır. Bu hesaplama sonucunda  $P = \% 95$  değeri bulunmuş ve araştırma güvenilir kabul edilmiştir.

Diğer yandan bu araştırmada da iç geçerliğin oluşması için yapılan çalışmalar çerçevesinde veri toplama sürecinde katılımcılarla güvene dayalı iletişim kurulmuş, veri toplama sürecinin hemen sonunda araştırmacı katılımcılara topladığı verileri ileterek katılımcılardan bunların gerçeği yansıtmadığına ilişkin düşüncelerini belirtmesini istemiştir. Bütün katılımcılar verilerin doğruluğunu onayladıktan sonra araştırmacı elde ettiği sonuçları birbiriyle sürekli karşılaştırma yoluna giderek bulgular arasındaki benzer öbekleri ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Veri toplama araçlarının oluşturulması, verilerin toplanması ve analizi sürecinde ilgili alan yazın incelenmiştir. Dolayısıyla veri toplama araçları ile kuramsal bağlamın birbirini desteklemesi bulguların alan yazın destekli ortaya konmasını sağlamıştır.



### 3.6.2. Aktarılabirlik/ Dış geçerlik

Araştırma sonuçlarının benzer ortam ve durumlara da genellenebilirliği ile ilgili bir kavramdır. Nicel araştırmalarda bu genelleme doğrudan yapılabilirken, nitel araştırmalarda genelleme dolaylı yoldan yapılabilir. Yani genellemeler; ilkeler, kurallar biçiminde değil, deneyimler ve örnekler biçimindedir. Ayrıca sayısal genelleme yerine analitik genelleme söz konusudur (Yıldırım ve Şimşek; 2013).

Miles ve Huberman (1994) dış geçerlik ile ilgili olarak şu soruların araştırmacı tarafından dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir.

- Araştırma örnekleminin, ortamının ve süreçlerinin özellikleri başka örneklerle karşılaştırma yapabilecek düzeyde ayrıntılı olarak tanımlanmış mıdır?
- Araştırma raporu genelleme konusunda olası engelleri tartışıyor mu?
- Örneklem genellemeye izin verecek ölçüde çeşitlendirilmiş midir?
- Araştırma olası genellemelere olanak verecek şekilde kapsamlı tanımlamalara yer veriyor mu?
- Okuyucu araştırma sonuçlarını kendi deneyimleriyle ilişkilendirebiliyor mu?
- Araştırma sonuçları, araştırma konusu ile ilgili kuramlarla tutarlı mıdır?
- Araştırma, bulguların başka araştırmalarda test edilebilmesi için gerekli açıklamaları yapmış mıdır?
- Araştırma bulguları benzer ortamlarda kolaylıkla test edilebilir mi?

Bu araştırmada “Çoklu durum (holistik) tasarımı” (Tip-3) kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Şimşek ve Yıldırım (2013) bu desenlerde birden fazla kendi başına bütüncül olarak algılanacak durumun bulunduğunu ve her bir durumun ilk etapta kendi içinde bütüncül olarak ele alındığını daha sonra birbiriyle karşılaştırıldığını belirtmiştir. Bu araştırmada da böyle durumların çalışılması, daha sonraki araştırmacılar için önce bilinmeyen belirli bir konunun ortaya çıkması ve daha sonra yapılacak araştırmalara ışık tutması açısından önemlidir.

### 3.6.3. Tutarlık/ İç Güvenirlik

LeCompte ve Goetz (1982) iç güvenirlik konusunda bazı stratejiler önermektedir. Bunlar (Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2013):

İlk strateji: araştırmacı tarafından toplanan verilerin öncelikle betimsel bir yaklaşımla doğrudan sunulmasıdır. Yani araştırmacı; görüşme, gözlem ve dokümanlar yoluyla elde

ettiği verileri herhangi bir yorum katmadan okuyucuya sunmalı ve yorumunu sonraya bırakmalıdır.

İkinci strateji; aynı araştırmaya birden fazla araştırmacının dâhil edilmesidir.

Üçüncü strateji; Özellikle gözlem yoluyla elde edilen bulguların, görüşme yoluyla teyit edilmesidir.

Dördüncü strateji; Elde edilen verilerin analizinde bir başka araştırmacıyı kullanma ve ulaşılan sonuçları teyit etmedir.

Nitekim “sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerini”nin ele alındığı bu araştırmada, iç güvenilirliğini sağlamak için uzman görüşü alınmış olup, hem araştırmacı hem de alan uzmanı, görüşme veri setinin kodlanmasında ayrı ayrı kodlamalar yapmış ve kodlamalar karşılaştırılmıştır. Temalar ve içerdiği kodlar açıklanırken farklı, çelişkili, olumlu ve olumsuz alıntılar kullanılıp, temaya ilişkin bağlam bütüncül olarak yansıtılmıştır.

#### **3.6.4. Teyit Edilebilirlik/ Dış güvenilirlik**

Yıldırım ve Şimşek’e (2013) göre nicel araştırmada araştırmacının araştırılan alana ya da veri kaynağına uzak olması ve nesnel bir yaklaşımla olay ve olguları ortaya koyması yani araştırmacının herhangi bir biçimde toplanan veriyi varlığı ile ya da varsayımları ve inançları ile etkilememesi için önlem alması söz konusu iken, nitel araştırmada durum biraz daha farklılaşmaktadır. Nitel araştırmalarda tam nesnellığın mümkün olmadığı, araştırmacının etkisinin hiç olmadığı bir araştırmadan söz edilemeyeceği varsayılr. Bu yüzden Guba ve Lincoln nitel araştırmacılara “nesnellik” kavramı yerine “teyit edilebilirlik” kavramını önermektedir. Bu kavram çerçevesinde nitel araştırmacıdan beklenen, ulaştığı sonuçları topladığı verilerle sürekli olarak teyit etmesi ve bu çerçevede okuyucuya mantıklı bir açıklama sunabilmesidir.

Araştırmanın teyit edilebilirliğini sağlamak için araştırmacı, araştırma konusundan bağımsız düşünülemez katılımcıların özellikleri, ulaşım, gelir düzeyi, imkân ve olanakları açık bir biçimde belirtmiştir. Ayrıca araştırmacının üstlendiği rol ayrıntılı bir biçimde belirtilmiş, benzer araştırmalar yapacak kişilere üstelenecekleri rolle ilgili fikir vererek yeni yapılacak araştırma sonuçlarının karşılaştırılmasına olanak sağlamasına yardımcı olabilir. Özellikle araştırmanın ham verileri başkaları tarafından incelenebilecek biçimde saklanarak, araştırmanın teyit edilebilirliği sağlanırlmaya çalışılmıştır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR VE YORUM

Paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve risklerine yönelik araştırmanın bulgu ve yorumları aşağıda verilmiştir. Bulguların elde edilmesinde izlenen süreçte, katılımcılardan elde edilen verilerden oluşturulan tema, alt tema ve kodlara ilişkin katılımcı ifadeleri doğrudan alıntılama yöntemiyle sunulmuştur. Elde edilen bulgular, tablolar halinde en çok tekrarlanan ve vurgulanan kodların sayısal değerleri de belirtilmiş biçimde sunulmuştur. Ayrıca alıntı yapma sürecinde katılımcılar tarafından en çok vurgulanan kodlara ilişkin ifadeler daha çok yer verilmekle birlikte, en az vurgulanan kodlara yönelik ifadeler de doğrudan verilerek, ortaya çıkan durum yorumlanmıştır.

#### 4.1. Öğrencilerin Gözünden Sosyal Medyanın Öğrenciler İçin Yarar ve Riskleri

##### 4.1.1. Yararları

Sosyal medyanın paydaşların gözünden yarar ve risklerinin araştırıldığı bu çalışmada katılımcı ifadelerinden sosyal medyanın “*yararlarına*” yönelik tema, alt tema, kodlar ve bunlara ilişkin katılımcı ifadeleri doğrudan alıntılama yöntemiyle verilmiştir. Bu alt problemde sosyal medyanın yararları temasına ilişkin; iletişim, eğlence, bilgi edinme, sosyalleşme, eğitime katkı, hayatı kolaylaştırma, hayatı tanıma, duyarlılık, varoluş ortamı şeklinde dokuz tane alt temaya ulaşılmıştır. Her bir alt temaya ilişkin kodlar oluşturulmuş olup, bu kodların katılımcılar tarafından vurgulanma değerleri sayısal olarak belirtilmiştir. Ayrıca alıntı yapma sürecinde katılımcılar tarafından en çok vurgulanan kodlara ilişkin ifadeler daha çok yer verilmekle birlikte, en az vurgulanan kodlara yönelik ifadeler de doğrudan verilerek, ortaya çıkan duruma yönelik yorum yapılmıştır. Sosyal Medya'nın yararlarına yönelik bilgiler aşağıda tablo 4. 1.'de verilmiştir.

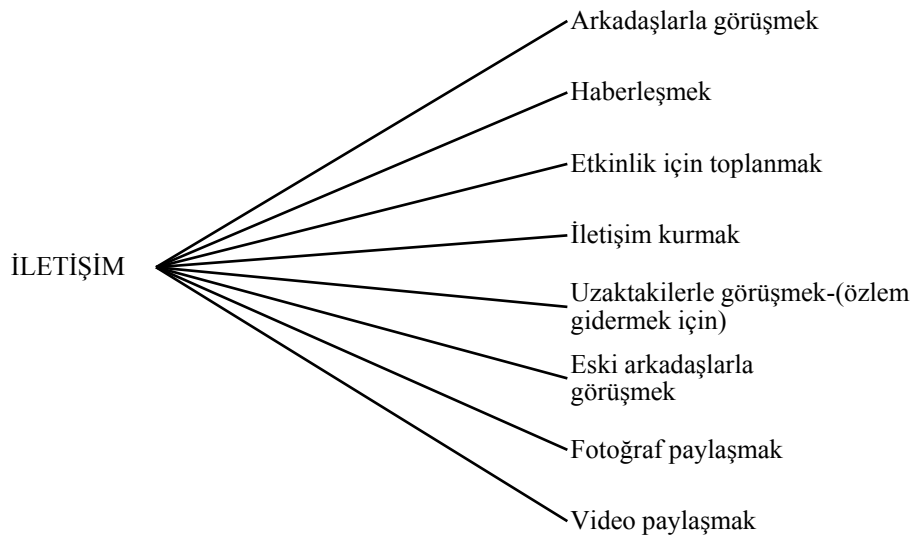
Tablo 4.1

*Öğrencilerin gözünden sosyal medyanın yararları*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
YARARLARI	Eğitime katkı	<b>Eğitsel dokümanlara erişmek</b>	<b>42</b>
		Eğitsel dokümanlardan faydalanmak	38
		Akran eğitimine olanak sağlamak	27
		Derslere faydalı oyunlar oynamak	20
		Eğitsel materyal paylaşmak	18
		Okuma-yazma becerisi geliştirmek	8
		İngilizceyi geliştirmek	6
	İletişim	<b>Arkadaşlarla görüşmek</b>	<b>37</b>
		Haberleşmek	30
		Etkinlik için toplanmak	20
		İletişim kurmak	19
		Uzaktakilerle görüşmek-(özlem gidermek için)	17
		Eski arkadaşlarla görüşmek	13
		Fotoğraf paylaşmak	8
	Video paylaşmak	5	
	Bilgi edinmek	<b>Kişisel gelişim ve derinleşmek</b>	<b>55</b>
		Merakı anında gidermek	36
		Gündemi takip etmek	22
		Sosyal etkinlikleri takip etmek	7
	Hayatı kolaylaştırmak	Teknolojiyi sevdirmek ve daha iyi kullanabilmek	2
		<b>Hayatı kolaylaştırmak</b>	<b>40</b>
		Dış mekâna bağımlılıktan kurtarmak	27
		Organize olmak- (grup olma kolaylığı)	12
		Okul gündemini kolayca takip etmek	9
		Daha ucuza iletişim kurmak	6
		Zamandan tasarruf etmek	6
		Paradan tasarruf sağlamak	4
	Eğlence	<b>Oyun oynamak</b>	<b>29</b>
Can sıkıntısı gidermek		15	
Eğlenmek		10	
Boş zaman değerlendirmek		8	
Özel günleri kutlamak		7	
Duyarlılık	<b>Yardımlaşmak</b>	<b>28</b>	
	Empati kurmak	15	
	Duyarlılık kazandırmak	13	
Varoluş ortamı	<b>Mutluluk vermesi-iyi hissettirmek</b>	<b>30</b>	
	Toplulukla fikirleri kolayca paylaşabilmek	19	
	Değerli hissetmek-hissettirmek	6	
Hayatı tanımak	<b>Kendini çevreyi dünyayı tanımak</b>	<b>16</b>	
	Örnek olaylardan ders çıkarmak	13	
	Bakış açısını geliştirmek	9	
	Kültürel farklılıkları tanımak	4	
Sosyalleşmek	<b>Arkadaş edinmek</b>	<b>13</b>	
	Dost kazanmak	4	

**4.1.1.1. İletişim.** Araştırma verilerinden elde edilen sosyal medyanın “yararları” temasına yönelik “iletişim” alt teması ele alınmıştır. Katılımcı ifadelerinden “iletişim” isminin alt tema olarak kullanılmasının sebebi, sosyal medyanın günlük hayatta insanların birbiriyle yazılı ve görsel olarak rahatlıkla iletişime geçmesini sağlaması olmuştur. Bu alt temada sosyal medyanın öğrencilerin arkadaşlarıyla rahatlıkla görüşme, birbiriyle son

hallerine yönelik fotoğraf paylaşarak, merak ve beğenilme duygularının tatminini sağlaması, dışarıda bir yerde herhangi bir etkinliğin yerini belirleme ve organize olmayı kolaylaştırması, hızlı haberleşmeyi sağlaması, eski arkadaşlarla veya uzaktaki tanıdıklarıyla görüşme ve özlem giderme imkânı sunması ve iletişimde sesli ve hareketli görüntüleri yani video paylaşma imkânı sunması açısından sosyal medya iletişim için çok yararlı görmektedir. Öğrenci ifadelerinde “arkadaşlarla görüşme” imkânı iletişim için en fazla vurgulanan kod iken, “video paylaşmak” ise en az vurgulanan kod olmuştur. Bu durum onların yaşları gereği ergenlik çağında olmaları ve arkadaşlık figürünün onların bu gelişim döneminde önemli olmasından kaynaklanıyor olabilir.

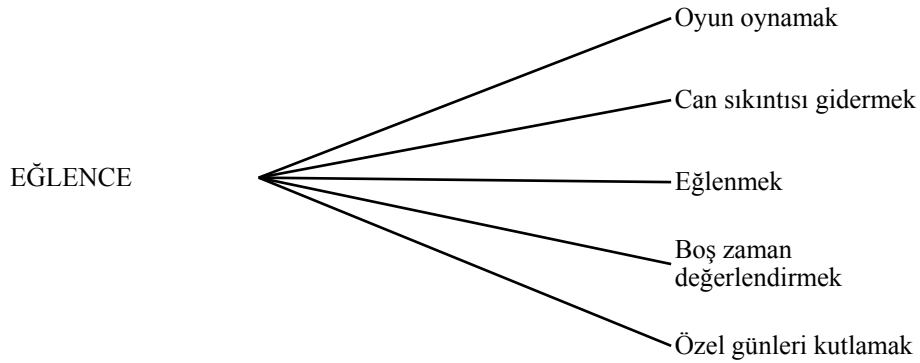


Şekil 4.1. İletişim alt temasına ait kodlar

*Sosyal medyada insanlar, daha çok çabuk iletişime geçerler. Örneğin: bir yerde buluşacaksak sosyal medya sitelerinde yazışıp ayarlarız. Bir tane daha örnek verirsem; sosyal medyada haber sitelerine bakıp haberlere ulaşabiliriz. İnsanlar bazen ise Youtube’da bir şeyler izlemek ister, Instagram’da fotoğraf çekip paylaşmak ister veya Facebook’da durum paylaşmak ister. İnsanlar bunu hep yaptıkça iletişime geçer.” Ö-1 Whatsapp insanlarla sesli ve yazılı mesajlar gönderebilmemi ve kolayca iletişim halinde olabilmemi sağlıyor. Skype sesli olarak arkadaşlarımla problemime çözüm bulmamda ve onlarla iletişim kurmamda yardımcı oluyor. Ö-4 Bir başka yararından daha bahsedecek olursak, bazı akrabalarımız ve onları özliyoruz. Telefon var ama bize sadece ses yetmiyor. Sesinden iyi mi, kötü mü, darda mı, mutsuz mu, sevinçli mi her zaman anlaşılmıyor. Sosyal medyadaki görüntülü arama sayesinde nasıl olduğunu öğreniyoruz ve sanki karşımızda konuşuyormuşçasına seviniyoruz. Ö-20 Benim için sosyal medya bir iletişim aracıdır. Bazı insanlar bu sosyal medyayı başka amaçlar için kullanıyorlar. Sosyal medyadan arkadaşlarımla mesajlaşıyorum ve okula gitmediğim zaman okulda sınıfta neler olduğunu öğreniyorum. Yurtdışında olan akrabalarımla sosyal medya üzerinden konuşuyoruz. Birbirimizi görüyoruz. Ö-52*

**4.1.1.2. Eğlence.** Burada araştırma verilerinden elde edilen sosyal medyanın “yararları” temasına yönelik “eğlence” alt teması ele alınmıştır. Katılımcı ifadelerinden “eğlence” isminin alt tema olarak kullanılmasının sebebi, sosyal medyanın günlük hayatta öğrencilerin can sıkıntısını gidermeye yarayan eğlendirici aktiviteleri ellerinin altına

getirmesi ve oyun oynamak, özel günleri kutlamak, boş zamanlarını değerlendirmek, eğlenmek ve can sıkıntısı gidermek gidermek gibi doyumlarına cevap verdiğiinden, sosyal medya ortaokul öğrencileri tarafından eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Öğrenci ifadelerinde sosyal medyada “oyun oynama” imkânı eğlence alt teması için en fazla vurgulanan kod iken, en az vurgulanan kod ise “özel günleri kutlamak” olmuştur. Bu durum onların sosyal medya mecralarında can sıkıntısını giderici ve eğlendirici oyunlarla rahatladıklarını ve doyum sağladıklarını göstermektedir:

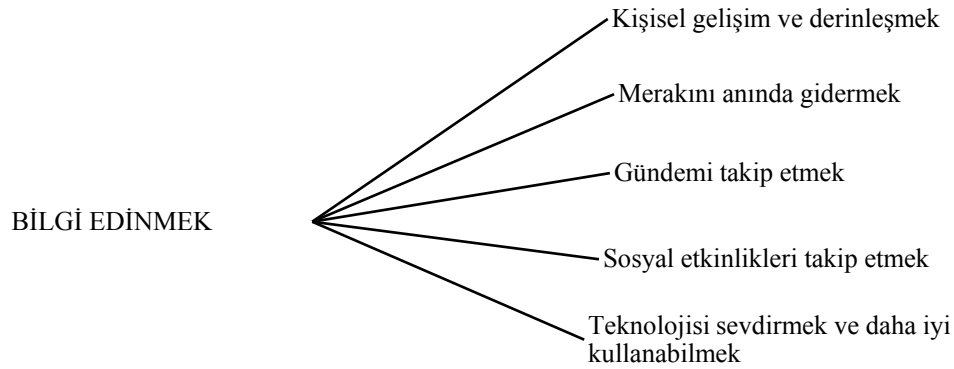


Şekil 4.2.Eğlence alt temasına ait kodlar

*Youtube'tan istediğiniz şarkıları, müzik gruplarını, bulabilirsiniz. Hatta bu kendini bilime adayan biri de olabilir. Ruhi çenet gibi kanallara abone olursak herhangi bir konuda bilgi sahibi olabiliriz. Ya da “yok artık” gibi eğlenceli kanallarla boş vaktinizi eğlenerek geçirebiliriz. Ö-14 Bazen canımız sıkılıyor ve gülmek istiyoruz yapacak da hiçbir şey yok, internetten komik video ve esprilere bakarak neşemiz yerine geliyor ya da sevdiğimiz oyun türlerini araştırıp zamanın nasıl geçtiğini bile fark etmeden oyun oynuyoruz. Böylece hem zaman geçiyor hem de can sıkıntımız. Ö-20*

**4.1.1.3. Bilgi edinmek.** Aşağıdaki öğrenci ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal medya ortaokul öğrencilerinin, merak ettikleri hemen hemen her konuda imdadına yetişmektedir. Bu durum birçok konuda bilgi açlığı yaşayan çocuk için sanal bir öğretmen sunuyor. Nitekim sosyal medyanın “yarar” temasında “bilgi edinme” alt teması çocukların, sosyal etkinlikleri takip etmesini, gündemi takip etmesini, merakını anında gidermesini, kişisel gelişim ve derinleşmesine imkân sunmasını ve böylelikle teknolojiyi sevme-daha iyi kullanabilme tutumu geliştirmesini kolaylaştırmaktadır. Bilgi edinme alt temasında öğrenci ifadelerinde en fazla vurgulanan kod “Kişisel gelişim ve derinleşme” olurken, en az vurgulanan kod ise, “Teknolojiyi sevdirmeye ve daha iyi kullanabilme” olmuştur. Bu durum öğrencilerin anne ve babasının eğitim seviyesi ne olursa olsun, sosyal medya sayesinde kendini geliştirebilme ve kişisel gelişim ve derinleşme açısından rahatlıkla yararlandıklarını göstermektedir. Dolayısıyla sosyal medya çocuklara bilginin kimsenin

tekeline olmadığı, istedikleri an istedikleri konudaki bilgi açlığını giderebilecekleri mesajı da sunmaktadır:



Şekil 4.3. Bilgi edinmek alt temasına ait kodlar

*Başka yararlarından biri de mesela acil bir sorun oluyor ve bu sorunun çözümünü kimse bilmiyor bu durumda bu sorunu internetten araştırıyor. Bulduktan sonra da bu acil sorunun çözümü öğreniliyor ve sorun anında çözülüyor. Ö-20 Örneğin bilmediğimiz bir konuyu araştırıp bilgi sahibi olabilir ve bu bilgileri arkadaşlarımızla paylaşarak onların da bilgilenmesine yardımcı olmuş oluruz. Ö-22 Ben facebook'u şu amaçla kullanırım: siyaset. Çünkü gün içinde neler gelişti? Cumhurbaşkanı nasıl açıklamalar yaptı. Liderin üslubu nasıldı? Neticede neyi söylediğin değil nasıl söylediğin önemlidir. Mesela ben, facebookta gruplara katılırım. Aynı amaçla toplanırız o gruplarda. Ö-24 Mesela merak ediyorum yaşayan en büyük insan kim diye, yazıyorsun arama motoruna çıkıyor, kaç yaşında olduğu, ne yaptığı, şuan nerde yaşadığı hangi ırkı, nereli olduğu çıkıyor. Onun dışında facebooktan arkadaşlarımı ekliyorum. Arkadaşımın nerde olduğunu görüyorum. Mesela bir alışveriş merkezinde oluyor, durumundan bilgi alıyorum onun orda olduğunu biliyorum. Mesela okulda not almayı unutuyorum, ödev neydi diye merak ediyorum, facebookta bakıyorum, eklediğim arkadaşım açıksa soruyorum. O da cevap veriyor, ödevimi yapıyorum. Ö-115 Beden eğitimi diye düşünüyorum. Ben önceden çok kilohydum aslında aynı kilodaydım. Ama internetten kilo verme yöntemlerini araştırdım. Mesela faydalı meyveler söyledi akşam çekirdek veya benzeri şeyler yeme. Salatalık greyfurt suyu... Ailemde yardımcı oldu bu konuda. Ablam her akşam greyfurt suyu portakal suyu sıkı ve zayıflamam için... Ö-130*

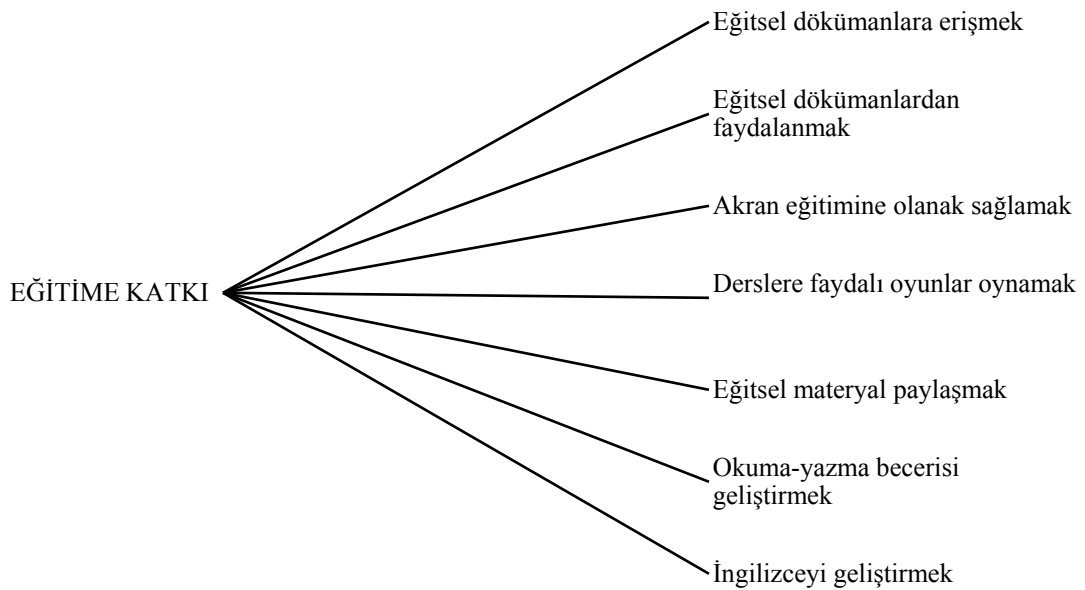
**4.1.1.4. Sosyalleşmek.** Aşağıda verilen öğrenci ifadeleri dikkate alındığında, öğrencilerin sosyal medyadan konuşmak rahatlamak, çevre edinmek, akranlarıyla aynı ortamda aynı anda aynı duyguları yaşama açısından yararlandıklarını göstermektedir. Özellikle kendi özelliklerine ve kişiliğine yakın bulduğu akranlarıyla sosyal medyada çeşitli etkinlikler sırasında arkadaş oldukları ve hatta samimiyetini ilerlettiği, bu arkadaşlarıyla kalıcı dostluklar kurdukları anlaşılmaktadır:

*Eski arkadaşlarımızı burada bulduğumuz gibi yeni arkadaşlıklar da ediniyorum. Hatta bu yeni arkadaşların bazılarıyla dost oldum. Kendi arkadaşlarım ve ailemle kurduğum gruplarda sadece onlarla ilgili konular hakkında konuşuyoruz. Büyüyünce de sosyal medyadan tanışıp, sonra yüz yüze*

*görülebiliyoruz. Kısaca hayat arkadaşımızı burada bulabiliyoruz.Ö-60 Dünyanın her yerinden insanların bir biriyle iletişim kurması açısından yararlı ve çok iyi...Arkadaşlar edinmemiz açısından yararlı.Ö-124*

*Şimdi gelelim sosyal medyanın yararlarına ve yararlıysa neden yararlı olduğuna; sosyal medya en başta dediğimiz gibi sosyalleşmenin göbeğidir. Pekiya sosyalleşmenin insana ne faydası var ve yararı ne? İşte cevabı, insan sosyal ortamlara katıldıkça sıkıntısı azalır ve çok dost kazanır. Ö-3 Sosyalleşmemi sağlıyor. Aşırı sosyalleştiriyor. Bence, daha çok arkadaşım oluyor. Hiç görmediğim tanımadığım şeyi oyunda çok sıcak bir ortam oluyor. Şey yapınca mesela arkadaşım çok iyi bir şey yapıyor, onu takdir ediyorsun, çok güzel bir ortam oluyor. Oyundan arkadaş ekliyorsun, sonra facebookundan, ekliyorsun, facebookdan arkadaş oluyorsun veya belki bir gün onunla konuşuyorsun o senin yakın arkadaşlarından biri oluyor. Ö-115*

**4.1.1.5. Eğitime katkı.** Sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için önemli yararlarından bir diğerinin ise eğitime sağladığı katkı olduğu bulgulanmıştır. Nitekim sosyal medya ortamında öğrenme faaliyetleri öğrenci merkezli eğitime fırsat sunma, öğrenme ortamında birçok değişkeni işe koşma, öğrenme ortamını eğlenceli hale getirme, öğrenmeyi zamandan ve mekândan bağımsız kılma açısından ortaokul öğrencilerine birçok olanak sunmaktadır. Özellikle aşağıda katılımcılardan yapılan alıntılara baktığımızda; sosyal medyanın öğrencilerin eğitimine zenginlik kattığı söylenebilir. Öğrenciler sosyal medyanın; derslere faydalı oyunları oynama, eğitsel dokümanlara erişme, okuma-yazma becerisi geliştirme, akran eğitimine olanak sağlama, eğitsel materyal paylaşımını sağlama, eğitsel dokümanlardan faydalanma ve İngilizceyi geliştirme açısından yararlı olduğu ve çocukların eğitimine katkı sağladığı söylenebilir.

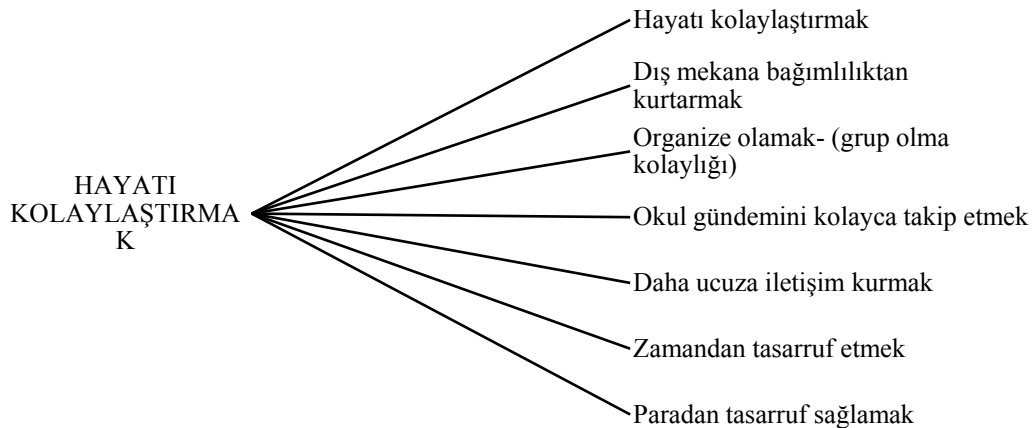


Şekil 4.4.Eğitime katkı alt temasına ait kodlar



Arkadaşlarımla görüntülü konuşup ödevleri yapıyoruz. Whatsaptan arkadaşlarımla ses kaydı yaparak konuşuyoruz. Ödevlerim olduğu zaman internet üzerinden yapabiliyorum. Ö-99 Şöyle bir yararı var: Youtube üzerinden o günkü konuyu sınıf hocamdan almasam da başkibir sanal öğretmenimizden dinleyebiliyorum. Bu da epey işime yarıyor. Eski sınıfımda Türkçe öğretmenimizle WhatsApp üzerinden test çözmüştük. Sınıf arkadaşlarım ve Türkçe öğretmenimizin kurduğu WhatsApp grubunda bayağı işe yaramıştı. "Google" gibi arama motorlarından da ödevler v.b okul konularıyla ilgili birçok şeyi araştırıp bulabiliyorum. Ö-85 Mesela, Minecraft diye oyun indiriyoruz. Bunun ne alakası var diyorsanız bu oyun İngilizce ve İngilizceyi geliştiriyor. Ö-8. Ben bu sosyal medyalarından ödevlerim için arkadaşlarımdan yardım alıyorum. Yapamadığım yerleri arkadaşlarımla sosyal medyadan yardım alıyorum ve bir grup yapıp arkadaşlarımla sohbet ediyorum. Çok da mutlu oluyorum. Ö-36 Bazen faceden tarih ile ilgili oyunları oynuyorum. Bazen bilmediğimde oradan cevabını öğreniyorum. Bazen derslerde bilemediğim şeyleri Youtube'a yazıp, nasıl yapıldığını öğreniyorum. Oyun oynarken en yakın arkadaşım ile konuşuyorum; görüntülü, sesli vb. Ö-37 Araştırmalarımda sosyal medyadan faydalanırım. Bilmediğim konulardaki merakımı hemen gideririm. Ayrıca sosyal medyada İngilizce öğreten bilgimi artıracak oyunlar oynarım. Buradan anlamlı filmleri de izlerim. Mesela İngilizce filmler dilimi geliştiriyor. Ya da tarihi örneğin 'Diriliş Ertuğrul' tarih hakkındaki merakımı gideriyor. Ö-59 Kendimi özel hissediyorum. Sosyal Bilgilerde daha dün Nutuk'u araştırdım. Nutukla ilgili en ince ayrıntısına kadar her şeyi öğrendim. Ve benim dikkatimi çekti. Mesela benim sosyal bilgiler en sevdiğim ders benim. İnternette gördükçe tarihimizde facebookta bunları biliyor musunuz diye bir site var. Elli bin kişilik orduyu kovalayan Metehan var. Beni çok merak ettiriyor tarihi araştırıyorum ben. Sosyal Bilgiler dersinde başarılı olmuşumdur. Sosyal bilgilerde gerçekten fazla bilgim olduğunu düşünüyorum. Ö-130

**4.1.1.6. Hayatı kolaylaştırmak.** Öğrenciler sosyal medya aracılığıyla günlük birçok işini oturdukları masadan rahatlıkla yapabilmeyi öğrenmiş olup, bu durumun onlarda kendini iyi hissetme açısından doyum sağladığını aşağıdaki ifadelerden görebiliriz. Nitekim katılımcı öğrencilerin görüşleri dikkate alındığında sosyal medyanın ortaokul öğrencilerini; dış mekâna bağımlılıktan kurtarması, hayatlarını kolaylaştırması, organize olma- grup olma kolaylığı sağlaması, paradan tasarruf sağlaması, okul gündemini takip kolaylığı sağlaması, daha ucuza iletişim kurması ve zamandan tasarruf sağlaması açısından fayda sağladığı söylenebilir. Bu durum aşağıda verilen ifadelerde de görüldüğü gibi öğrencilere hayatlarının kolaylaşması doyumunu hissettirmektedir denilebilir:



Şekil 4.5.Hayatı kolaylaştırmak alt temasına ait kodlar

*Bence sosyal medya arkadaşlarımız ile kolaylıkla iletişim kurmamızı sağlar. Örneğin; o gün okula gelmemişseniz sosyal medya aracılığıyla arkadaşlarımızdan ödevleri alabilir işlenen konuları alabilirsiniz. Ö-14O kadar çoktur yararları. Mesela biz sınıfımızca 7-O adına bir grup yaptık. Ben de pazartesi okula gelmedim mesaj atarım ödevlerimi alabilirim veya yurtdışındaki akrabalarımınla görüntülü konuşabiliriz. Ö-15 Ben örneğin ayağım ve kolum kırıldı, telefonun faturası geldi, ama ayağım kolum kırık nasıl gideceğim? Sosyal medyayı açtım. Açtığımda şöyle bir şey yazıyor: 'evinizdeki faturaları evde ödeme sitesi vardır. Hemen indirin. Yazıyordu.' Sosyal medyada zaman geçirme istediğin kişiyle konuşma ödevlerimizi kolayca yapma yapabiliyoruz. İstedığımız bilgiye ulaşabiliriz, oyun oynayabiliriz, bazı insanlar bilgi üretiyor beynini meşgul ediyor, arkadaş ve kuzenler arasında konuşabiliyoruz. Ö-17 Facebook'ta arkadaşlarımın hasta olduğunu öğrendim. Google'dan hukukla ilgili matematik fen sanat ve benzeri derslerde yardım alıyorum. Hasta olduğumda MHRS den randevu al hastaneye gittim. Alacağım bir kitabı aradım, bulamadım ve Google'dan araştırıp o kitabı satın aldım. Yani kısaca sosyal medya hayatımızda bize çok yardım eder. Ö-18 Başka bir yararı ise bazen çok hasta olduğumuz için okula gitmiyoruz ve koca bir günün derslerini kaçırıyoruz. Arkadaşlarımıza ne kadar sorsak da onun anlatımı ile öğretmenin anlatımı bir olmuyor. Burada da internet yardımımıza yetişiyor. Konu anlatımlı ders videoları izliyoruz ve anlamadığımız konuları detaylı bir şekilde dinleyerek sonraki gün okula gitmiş gibi anlayabiliyoruz. Hasta olduğumuz zaman randevu almamız gerekiyor. Telefonla aradığımız zamanda ise tam bilgi alamadan kapatıyoruz ama internetten hangi hastane, saat kaç olursa nasıl olur, bunlara detaylı bir şekilde bakıyoruz. Bazen canımız sıkılıyor ve gülmek istiyoruz yapacakta hiçbir şey yok, internetten komik video ve esprilere bakarak neşemiz yerine geliyor ya da sevdiğimiz oyun türlerini araştırıp zamanın nasıl geçtiğini bile farketmeden oyun oynuyoruz. Böylece hem zaman geçiyor hem de can sıkıntımız. Ö-20*

**4.1.1.7. Hayatı tanımak.** Öğrencilerin sosyo- ekonomik imkânları onların farklı yerleri ve insanları ziyaret etme imkânı tanımasa da sosyal medya dünyayı onların bilgisayar ekranlarında veya telefon ekranlarında ellerinin altına sunmaktadır. Dolayısıyla bu durum öğrencilerin hayatı tanımaları açısından kolaylıklar sağlamaktadır. Katılımcı ifadeleri dikkate alındığında sosyal medyanın öğrenciler için; kendini çevreyi dünyayı tanımaları, örnek olaylardan ders çıkarmaları, kültürel farklılıkları tanımaları ve bakış açısını geliştirmeleri açısından birçok olanak sunmaktadır:

*Mesela insanlar dünyanın başka bir ucundaki kişilerle arkadaşlık kurabiliyor, kültürlerini arttırıyor, kısacası sohbet kurabiliyor. Bilgiyi ellerinin altında tutabiliyorlar. Dünyanın başka bir bölgesindeki yaşamın nasıl olduğunu, orda neler yenilip içildiğini kültürlerini öğrenebiliyoruz. Ö-114 Resimlere bakarak birçok şeyi anlamamızı ve daha çok bilgilenmemizi sağlar. Sosyal medyadan katıldığımız grup veya sayfalardan haberleri okuyup, dünyada neler olduğunu anlarız. Müzik veya herhangi bir aktivite ile ilgili eğer o aktiviteleri seviyorsan oradan ders alabiliriz veya kurslar için başvuru yapabiliriz. Ö-9*

**4.1.1.8. Duyarlılık.** Ortaokul öğrencilerinin gelişimleri dikkate alındığında değer yargıları oluşturma, merhamet duygusu sergileme açısından kritik bir zaman olduğu söylenebilir. Öğrencilerin gelişimlerinin bu döneminde sosyal medyada gördükleri olaylar karşısında gösterdikleri hassasiyet onların hem insani hem de iyi vatandaş tutumlarının gelişmesini sağlamaktadır. Çünkü öğrenciler sosyal medya ortamında gördükleri kaza, felaket, deprem, kıtlık, savaş vb. durumlar karşısında diğer insanlarla empati kurabilme, yardımlaşma duygusu sergileme, olaylar karşısından duyarlılık konularında olumlu beceri

ve tutumlar kazanmaktadır. Dolayısıyla aşağıda verilen öğrenci ifadeleri de bu durumugöstermektedir:

*Başka birisi kaybolabiliyor, birisinin çocuğu kaybolabiliyor. Kayıp ilanını gördüğümüzde paylaşımlaşıyoruz, haber veriyoruz, arkadaşlarımıza söylüyoruz, annemize babamıza filan söylüyoruz, herkes görüyor. Resmini falan gösteriyoruz, belki de böylelikle çocuk kurtulabiliyor. Ö-115 Yine aynı şekilde birinin köpeği kaybolmuştu sanırım. Telefon numarası var. Bir şey hazırlamış resim ya da afiş...Ben onu tiwitledim mesela... Onun sayesinde taksiciler gördü. Onu twitleyen olmuştu, favorilerine ekleyen olmuştu. Buna göre artıyor. Ö-128*

**4.1.1.9. Varoluş ortamı.** Ortaokul öğrencileri gelişimleri itibariyle çocuklukla ergenlik arasında bir geçiş döneminde bulunmaktadırlar. Bu yaşlarda ergenlerin kendilerini, fikirlerini, resimlerini ve diğer becerilerini topluluk karşısında sergileme kısacası diğer bir tanımla “şov yapma” dürtüleri ön plandadır. Tüm bunlar dikkate alındığında sosyal medya mecraları onlara “kapıları dünyaya açılan bir sahne” sunabilmektedir. Dolayısıyla ergenlerin kendilerini ifade etme ve varoluş ortamı yakalamaları açısından sosyal medyanın büyük yararları olduğu söylenebilir. Nitekim katılımcı öğrencilerin ifadelerinden sosyal medyanın öğrenciler için; kendilerini değerli hissetmek-hissettirmek, mutluluk vermesi, iyi hissettirme, toplulukla fikirlerini paylaşma imkânı sağlaması açısından yararlı olduğu bulgulanmıştır. Bu durum aşağıda onların ifadelerinden direkt alıntılar yapılarak da sergilenmektedir:

*Arkadaşlarımızın sohbet ettiğimiz gibi gündemden haberdar olmamızı Sağlar Facebook dışında WhatsApp da gayet kullanışlıdır. Sitemizde değil kişiye korku macera eğlenceli dini kitapları kolayca bulup okuyoruz. Hem yazarlarla tanışıyor. Hem de kendi kitabınızı yazabiliyorsunuz. Sosyal medya denildiğinde bilmeyen kalmaz. Sosyalleşerek öğrenip, eğlenerek kullandığımız sosyal medya hesaplarınız bize büyük katkıda bulunur.Ö-26 Sosyal medyada arkadaşlarımla beraber oyunlar oynuyorum, bilmediğim bilgileri elde ediniyorum, youtube'dan film izliyorum, online oyun sitelerinde oyunlar oynuyorum, facebooktan arkadaşlarımla konuşuyorum, ne var ne yok diye dayımlarla arkadaşlarımla haberleşiyorum. Herkes ile konuşur, onların yorumlarını bakarım, onlara yorum yazar koydukları resimleri beğeniyorum. Ö-35 Sevdiğimiz ünlülerin hayatlarında ki gelişmeleri takip edip, fotoğraflarına bakabiliyorum. İnternet üzerinden kitap bile yazabiliyorum. Hatta başka insanların yazdığı kitapları okuyup kitapları hakkında önerilerimi belirtiyorum. Facebook, instagram ve online oyun sitelerinde yeni arkadaşlarla tanışıp çevremi genişletebiliyorum. Google'da istediğim her şeye çok kısa bir sürede erişebiliyorum. Ödevlerimi kısa sürede bitirip, facebook ya da instagramda kalma süremi uzatma şansım oluyor. Ö-81*

#### 4.1.2. Riskleri

Sosyal medyanın öğrencilerin gözünden yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın “riskleri” teması ele alınmıştır. Öğrenci ifadelerinden sosyal medyanın risklerine ilişkin alt tema ve kodlar oluşturulmuş olup, kodların tekrar sayıları alt temalarla birlikte tablo halinde sunulmuştur. Sosyal medyanın

öğrenciler için risklerinin araştırıldığı bu temada ortaya çıkan alt temalar; psikolojik, hayatı zorlaştırma, kontrolsüz sosyalleşme, asosyalleşme, suça maruz kama, suça yönelme, şiddete maruz kalma, sağlık-fiziksel ve değer yozlaştırma şeklindedir. Aşağıda ortaya çıkan alt temaların her biri tek tek ele alınarak, veli ifadelerinden direk alıntılarla yorumlanmıştır:

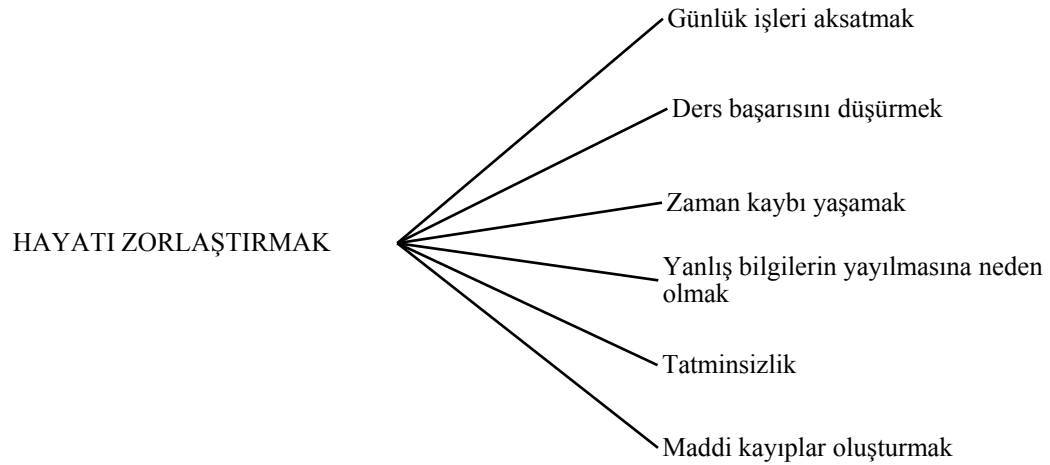
Tablo 4.2

*Öğrencilerin gözünden sosyal medyanın riskleri*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F	
<b>RİSKLERİ</b>	Psikolojik	<b>Bağımlılık yapmak</b>	<b>53</b>	
		Kandırılma korkusu yaşamak	41	
		Psikolojik rahatsızlıklara neden olmak	35	
		Rezil olma duygusuna neden olmak	29	
		Tatminsizlik	23	
		Can sıkıntısına neden olmak	21	
		Sosyal medyaya güvenin zedelenmesi	14	
		Teknolojiden kendini soyutlamak	10	
		Dolandırılma korkusu yaşamak	9	
		Özgüven kırılmak	9	
		Kıskançlık duygusu yaşamak	5	
		Narsizm	3	
		Hayatı zorlaştırmak	<b>Günlük işleri aksatmak</b>	<b>30</b>
			Ders başarısını düşürmek	26
	Zaman kaybı yaşamak		18	
	Yanlış bilgilerin yayılmasına neden olmak		17	
	Aileyi zor durumda bırakmak		12	
	Maddi kayıplar oluşturmak		10	
	Şiddete maruz kalmak	<b>Küfür hakaret edilmesi ve öğrenilmesi</b>	<b>38</b>	
		Yaşına uygun olmayan içeriğe maruz kalmak	28	
		Akran zorbalığı	21	
		Oyunlardaki şiddet	13	
	Suça maruz kalmak	<b>Siber zorbalık</b>	<b>54</b>	
		Başı belaya girmek	15	
		Kişisel bilgilerin başkasının eline geçmesi	17	
		Madde bağımlılığına özendirme	2	
	Sağlık-fiziksel	<b>Fiziksel rahatsızlıklara neden olmak</b>	<b>44</b>	
		Obeziteye neden olmak	4	
	Değer yozlaştırmak	<b>Aile ilişkilerinin zedelenmesi</b>	<b>23</b>	
		Şiddeti normlaştırmak	11	
		Değer yargılarını yozlaştırmak	9	
	Asosyalleşmek	<b>Asosyalleştirmek</b>	<b>19</b>	
Arkadaş ilişkilerinin bozulması		13		
Dış mekândan soyutlamak		11		
Kontrolsüz sosyalleşmek	<b>Kötü niyetli insanlarla arkadaş olmak</b>	<b>11</b>		
	Seçicilikten uzak bir şekilde arkadaş edinmek	8		
	Özel bilgilerin kamulaşması	8		
Suça yönelmek	Hukuksal sorunlara neden olmak	10		
	Hacker olamaya çalışmak	7		

**4.1.2.1. Hayatı zorlaştırmak.** Sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için risk oluşturduğu bazı durumlar mevcut olup, bunlar öğrencilerin hayatlarını zorlaştırmaktadır.

Sosyal medya hesaplarında yeteri kadar güvenlik-gizlilik ayarlarına dikkat edemeyen öğrencilerin sosyal medya hesaplarının çalınması onlar için hayatı zorlaştırmaktadır. Öğrencilerin hesapları ya kendi akranları tarafından ya da tanımadık insanlar tarafından farklı amaçlarla çalınmaktadır. Bu durum onların utanma, insanlara açıklama yapma, çevreye rezil olma hissine neden olmaktadır. Öğrenci ifadelerinden hareketle onların hesaplarının çalınmasının yanında zamanlarının çoğunu sosyal medya ortamında harcamaları onlar için; maddi kayıplar oluşturabilme, günlük işleri aksatabilme, tüm bunlardan dolayı ailesini zor durumda bırakabilme, zaman kaybına sebep olabilme, yanlış bilgilerin yayılması-yanlış öğrenmelerine sebep olabilme ve dersteki başarısını düşürme gibi sonuçlara sebep oluşturmaktadır. Katılımcı ifadelerine göre çok fazla sosyal medya kullanımı yüzünden hayatı zorlaştıran unsurlar arasında “günlük işleri aksatma” kodu çok fazla vurgulanırken, “maddi kayıplar oluşturma” en az tekrarlanan kod olmuştur. Bu sonuç karşısında öğrencilerin sosyal medya hesaplarını açtiklarında onlara oraya bağlayan ve onlarda bağımlılık oluşturmaya sebep olan unsurlar olduğunu düşündürmektedir.

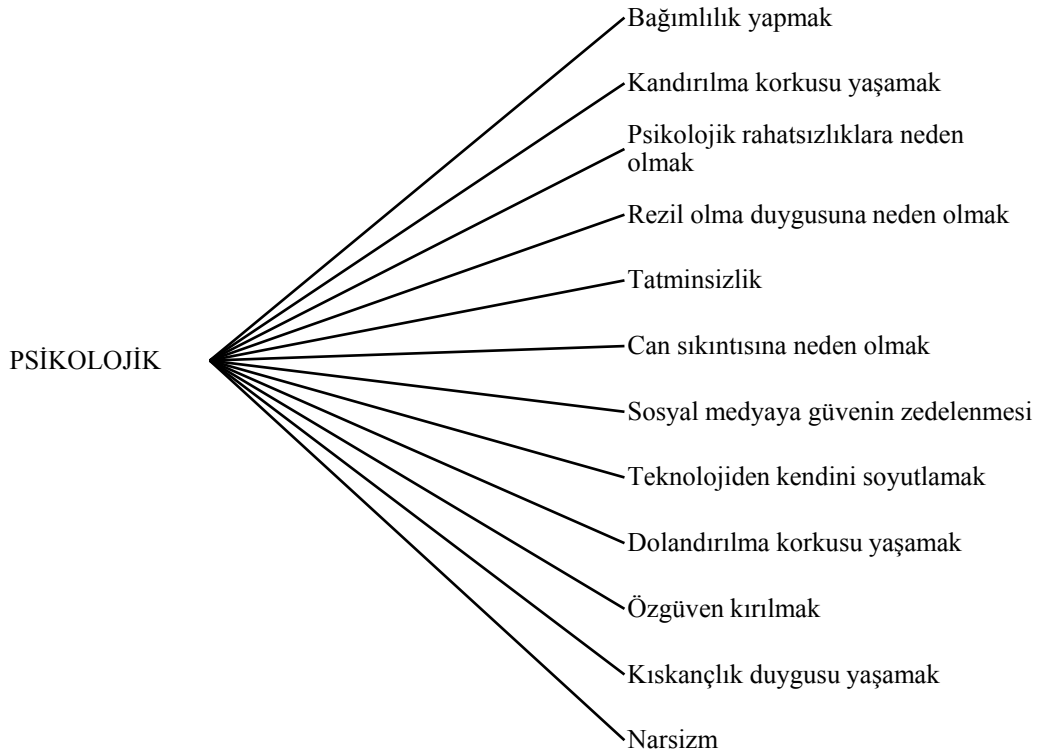


Şekil 4.6.Hayatı zorlaştırmak alt temasına ait kodlar

*Bazen ödevlerimi unuttuğum oluyor. Genelde hafta sonları oluyorum böyle, çünkü Cuma diyorum önümde iki gün var diyorum ve ödevlerimi aksatıyorum. Pazartesi olduğunda da arkadaşlarım ödevini yaptın mı? Diye sorduğunda ben ödev mi vardı diye konuşuyorum, çünkü hafta sonu bilgisayarın başında hiç kalkmadığım için unutmuşum. Sadece ödevlerim olsa keşke annem ya da babam beni*

*çağırduğunda 1dakika 5 dakika diye bekletiyorum. Bilgisayar oyunları beni bağımlı yapıyor. Dediğim gibi hafta sonu annemler gezmeye gidelim diyor ben genelde evde kalıcam diyip onları gönderiyorum. Annemin veya babamın verdiği görevi bile yapmıyorum. Daha çok zararları var. Bunlar sadece benim üzerimde yaptığı etkiler. Bir keresinde benim facebook çalmışlar bütün arkadaşlarıma 'şer...siz (küfür) ben konuşmuyorum' yazmışlar. Bütün arkadaşlarım benimle küstü. Ben de onlara anlattım. Arkadaşlarım benim facebook çaldı o mesajları ben atmıyorum dedim, ama bana inanmadılar. Bir tane çok sevdiğim arkadaşım vardı, onun babası babama mesaj atmış. K... siz arkadaşsınız neden böyle yazdın diye mesaj geldi. Babama da anlattım, baba facebook çalmışlar o arkadaşım bana inanmıyor. Lütfen babasına mesaj atar mısın diye babam da beni kırmadı ve mesajı attı. Ertesi gün arkadaşımın yanına gidip, ondan tekrar özür diledim. Arkadaşım da anlattın sen bana asıl benim özür dilemem lazım, ben de özür dilerim dedi ve barıştık. Ondan sonra facebook geri aldım ve mesajlara bir baktım, Ahmet'in rezillikleri, Mehmet'in rezillikleri, Merve'nin rezillikleri diye benim adıma mesaj atmış tabiki ben hepsine söyledim. Arkadaşlar facebook virüs kaptı attığım mesajlar yüzünden özür dilerim dedim ve bütün arkadaşlarımla barıştım. İstagramımı da çaldılar hep kötü şeyler paylaşmışım güya arkadaşlarım hep öyle söylüyor. Annemden onlar yüzünden ben fırça yedim. Ö-79*

**4.1.2.2. Psikolojik.** Sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için risk faktörü oluşturduğu diğer bazı durumlar ise, öğrenci ifadelerinden hareketle “psikolojik” alt temasında ele alınmıştır. Sosyal medya kullanımı sürecinde öğrencilerin karşılaştığı olumsuz sonuçların öğrencilerin psikolojileri üzerinde olumsuz sonuçlar oluşturduğu bulgulanmıştır. Özellikle ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada uzun süre durduklarından bağımlılık oluşturduğu, sosyal medya mecralarında oyun oynarken veya paylaşımlarda bulunurken, onların deyimiyle “biraz daha, biraz daha”, veya “şu sayıya ulaşmam gerek”, “onu geçmem gerek” şeklindeki beklentilerinden dolayı “tatminsizlik” ve “kıskançlık” duygusu yaşamaları, sosyal medyada kendini aşırı önemli görme, sadece kendine odaklanma, başkalarının düşüncelerine çok fazla önem vermeme gibi sonuçların oluşturduğu “narsizm”, gerek sanal ortamda gerek gerçek hayattaki kötü deneyimlerinden dolayı oluşan kandırılma korkusu ve yaşanana olumsuzlukların sonucunda çocuğun kendini teknolojiden soyutlaması, sosyal medyaya güveninin zedelenmesi ve özgüveninin kırılması, yine yaşadığı olumsuzluklardan dolayı rezil olma hissine kapılması, can sıkıntısı oluşturması ve nihayetinde psikolojik rahatsızlıklar oluşturması sosyal medyanın öğrenciler için dikkate alınması gereken riskler olduğu aşağıda öğrenci ifadelerinde de açıklıkla görülmektedir. Öğrenci ifadelerinin analizi sürecinde en fazla vurgulanan psikolojik riskin sosyal medyanın “bağımlılık yapması” ve en az vurgulanan psikolojik riskin ise, “narsizm” olduğu görülmüştür:



Şekil 4.7.Psikolojik alt temasına ait kodlar

Sosyal medyanın yararları olduğu gibi birçok riskleri de vardır. Mesela bir seferinde kardeşim online oyun oynarken istedikleri bilgileri girmesi gerektiğini fark etti ve bilgilerde T.C. kimlik nosunu cep nosunu ev adresi vesaire şeyleri yazması isteniyordu. Kardeşim eğer bunları anneme ve babama danışmadan girseydi ve oyunu oynasaydı şuan basımıza çok kötü olaylar gelmiş olabilirdi. Hatta kardeşim bunu yapmak yerine anneme ve babama danışıp yazmamaya karar verdiği için hiçbir şey olmadı. Facebook'unun çalınması bu da sosyal medyayı doğru ve güvenli bir şekilde kullanmamamın zararlarından. Şu ana kadar 5 adet hesabım çalındı. Bunlar şifresini ve gizlilik, güvenlik ayarlarını zor ve gizli bir şekilde koymadığım için oldu, ama şu anki hesabımı gayet güvenli bir şekilde 1 yıldır kullanıyorum. © Bir de başıma şöyle bir olay geldi ki sonunda çok pişman olduğum web üzerinden ders vermek üzere evimize 2 tane kadın geldi ve milli eğitimden geldiklerini söylediler. Fakat dolandırılmak amaçlı gelmişlerdi. Webden 1 yıl boyunca ders göreceğimi ve bunun karşılığında 1 milyar para istediklerini söylediler. Biz de nasıl olduysa güvendik ve kabul ettik. Fakat itiraz süresi dolmadan itiraz davamızı açtık ve kazandık. Eğer kazanamaysaydık netten ders falan göremeden boş yere 1 milyar TL'yi de ödemek zorunda kalacaktık. Webden ders falan verdikleri de yoktu zaten... Bu şekilde sakıncaları da olabiliyor. Çok dikkatli ve uyanık olmamız gerektiğini görmüş oldum. Ö-85 İlk defa facebooku açtığımda oyunlar çok hoşuma gitmişti. Cremlinal Case oyunu hep oynadım, çünkü hep level atlıyordum. Yeni suçlar çözüyordum, cinayet raporları falan alıyordum, çok hoşuma gidiyordu o oyun. Onu oynayamadan duramıyordum. Durmadan arkadaşlara can yollayın can yollayın diye mesaj atıyordum, ama daha sonraki yıllarda bu tür bir bağımlılığım olmadı, çünkü sıkılmıştım. O yüzden bağımlı olduğum zamanlar, derslerimde de biraz düşüş olduğu için kendime dur dedim. Hani yeter, bu senin zararına gidiyor, bu sana faydası yok zararı var kendine gel dedim kendi kendime. Ondan sonra oyunu bıraktım, sıkıcı geliyordu artık, sadece yazları oynuyordum, ondan sonra oyunu kapattım. Hani bağımlılığım azaldığı için derslerim eski notlarıma dönmeye başladı hani eski yüksekliğine gelmeye başladı, hani bu tür bağımlılığın arkadaşlarımız için çok riskli olduğunu hepsine anlatıyorum. Küçük çocuklara da oyunlara alışmaması gerektiğini hepsine söylüyorum, çünkü baya kötü yanları oluyor, derslerimizdeki düşüşlerin sebebi oluyor. Yani çalışmaktan değil de bağımlılıktan oluyor, başımızı kaldıramadığımız için ödevleri yapamıyoruz. Ders, sınavlara çalışmıyoruz, bu yüzden de düşük not alıyoruz ve hocaların gözlerinden de düşüyoruz. Yani bu tür zararları oluyor derslerimize. Youtube'da diyelim ki hesaplarda, dediğim gibi ders vb gibi şeyler paylaşıyoruz demiştik. Ama Youtube'daki hesaplarımız çalındığında da o kişi sizin adınıza uygunsuz

*videolar paylaşıyor, bu da siz yayınlamışsınız gibi görünüyor. Hani küçük çocuklar pepe vb gibi şey izliyor. Görünen kısma çizgi film resmi gibi bir şey koyuyorlar sonra videoyu açtığın zaman sonra çizgi film değil de başka türlü şeyler çıkıyor, telefonlarda indirdiğimiz Candy Crush oyunlarında fiziksel zararları oluyor. Örneğin babam akıllı telefon aldığı zaman arkadaşı Candy Crush oyunu ve birkaç oyun daha ekledi o hani yapamadığında her insan yapamadığında durmadan üstüne gittiği için o da gidiyordu saat başına oynuyordu. Canı bittiğinde de telefon ayarlarını değiştirip saati geri alıyordu ve canını yeniden dolduruyordu. Daha sonra hani hayattan kopmuş gibiydi. Hep iş yerinde eve geliyordu, yemeğini yiyordu, hemen telefonda oyun oynamaya başlıyordu. Hani fazla konuşması da olmuyordu. Telefonu eline alıyordu aynı zamanda maç kanalını açıyordu. Onun sesini dinliyordu ve Candy Crush oyununu oynuyordu. Bayağı da ilerlemişti en son iki yüz elli levale gelmişti. Hani yapamadığında hırs yapıp tekrar tekrar yaptığı için onun zararına oluyordu. Ö-113 Arkadaşlarımın yanına gittiğim zaman elinden telefonu bırakmıyor. İletişimimiz zayıfladı. Bağımlılık oluyor. İnsanlar artık sosyal medyadan bir dakika bile ayrılmıyor. Kıskanma oluyor bende de oluyor. Arkadaşımın fotoğraflarının beğenisini kıskanıyorum. Hesap çalınma oluyor ve insanlara iftira atılıyor. İnsanların dürüstlüğü bozuluyor. Herkes birbirine küfür ediyor, tanımadığımız insanlar bize bulaşabilir, depresyona girebiliriz. İnsanlar her şeyi kafasına taktıyor, sinirlerimiz bozuluyor. Artık kendimize hâkim olamıyoruz. Arkadaşlarımıza akrabalarımıza ve ailemize kötü örnek oluyoruz. Ö-11 Benim kuzenim her zaman internete girerek bağımlı oldu. İnternetin başından kalkmıyor, anını arkadaşlarıyla paylaşıyor. Ödevlerini yapmıyor, ders ve çalışma için çok geri kalıyor ve karnesi kötü geliyor ve başka bir olay da arkadaşımın başına gelmiş. Bir tane yaşlı adam kendini 14 yaşında gösterip, kötü kötü şeyler demişti. Ben bir gün Facebook'a girdim, paylaştığım resmim az beğenildiği için sinirleniyorum, ağlıyorum. Facebook kötü kötü şeyler paylaşmış insanların psikolojilerini bozuyorlar. Benim amcamın oğlu hep bilgisayarın başında kalkmadığı için dersleri kötü geldi Teog'da düşük puan aldığı için kötü bir liseye gitti. Şimdi ise pişman. Ö-12 Bazı oyunlar çok bağımlılık yapıyor. Mesela wolfteam diye bir oyun var, eskiden ben de oynuyordum, oradan biliyorum. Wolfteam oyunu çok fazla bağımlılık yapıyordu ve benim rüyalarım bile giriyodu. O oyunun başından saatlerce kalkmıyordum. Ö-38*

**4.1.2.3. Kontrolsüz sosyalleşmek.** Sosyal medya ortaokul öğrencilerinin zaman zaman sosyalleşmesine fayda sağlarken, bazen de sanal ortamda bu sosyalleşme kontrolsüz bir şekilde gerçekleşerek, öğrenci için risk oluşturmaktadır. Bu ise doğal olarak kötü sonuçlar doğurabilmektedir. Nitekim öğrenci ifadelerinden hareketle sosyal medya ortamında kontrolsüz sosyalleşmenin gerçekleştiği ve bu durumun da öğrenciler için risk faktörü olduğu söylenebilir. Örneğin öğrenci ifadelerinden anlaşıldığı üzere sosyal medya mecralarında; kötü niyetli insanlarla arkadaş olma, seçicilikten uzak bir şekilde arkadaş edinme, öğrencilerin özel bilgilerinin kamulaşmasının kontrolsüz sosyalleşme sonucu oluşan risk faktörleri olduğu söylenebilir:

*Öncelikle yararları olduğu gibi zararları da var. Onun dışında facebookta o kadar özel paylaşımlarda bulunuyoruz ki kötü insanlar resimleri yüzleri alıp farklı bedenler kullanıyorlar. Bizim adımıza kötü site ve sayfalar beğeniyorlar, bunlar kendine bağımlı oluyorlar. Ö-45 Birden fazla binlerce yüzlerce birçok tanımadığımız insanlar vardır. Tanımadığımız insanların arkadaşlık isteklerini kabul edince mesaj atıp, beni rahatsız edebilir. Fotoğraflarımı başka yerlerde paylaşabilir. Adımıza sahte fake hesap açabilir. Buradan insanlara kötü şeyler küfürler yazabilirler. Bu konu karşımızdaki insanı zor durumda bırakabilir ve kötü olaylar çıkabilir. Herhangi bir sosyal medya hesabı ele geçirilip, özel bilgilerimizin öğrenilmesi arkadaşlarımıza kötü şeyler yazılması bu yönden çok riskli. Ö-56*

**4.1.2.4. Asosyalleşmek.** Sosyal medyanın öğrenciler için yararları temasını açıklarken, sosyal medyada öğrencilerin sosyalleştikleri bulgusuna rastlanmıştır. Ancak sosyal medya üzerindeki sosyalleşme ortaokul öğrencileri için daha kolay ve daha cazip



olduğundan dış mekânda yani fiziki ortamdaki sosyalleşme en aza inerek, çocuğu bir odanın içerisinde yalnız başına, fiziki olarak var olmayan kişilerle sanal bir sosyalleşme sürecine itmektedir. Bu durum çocuğu dış mekândan tamamen soyutlayarak, gerçek arkadaşlık ilişkilerinin zayıflamasına veya son bulmasına sebep olarak, çocuğun asosyalleşmesiyle sonuçlanmaktadır. Nitekim öğrenci ifadelerine baktığımızda bunun ortaokul öğrencileri için ciddi bir risk olduğunu görebiliriz:

*En büyük risk bağımlısı olmaktır. Yemek yemeği bile unuturlar. Hatta ben kendimden örnek veriyim bir kere çok dalmıştım ve karnımın aç olduğunu unuttum, kalkıp lavaboya gidince anladım nereyse bayılacaktım. Daha birçok insan dışarıya çıkmaya üşeniyor. Annesinin ona seslenmesine kulak asmıyor. Hatta bilgisayar başında uyukluyor. Bilgisayarın tiryakisi oluyorlar. Sokakta bile adam önüne bakmadan telefonla uğraşarak yürüyor. Nasıl yaptıklarını hala anlamış değilim. Şarjları bitince o kadar tedirgin oluyorlar ki şarj makinesi ararken sanırsın solunum maskesi arıyorlar. Ö-16*

**4.1.2.5. Suça yönelmek.** Sosyal medya çocukları kısa sürede kendine sadık tüketiciler yapmayı başarmış olmakla birlikte, özellikle çok da bilinçli kullanıcılar olamayan bazı ortaokul öğrencileri tarafından risk unsurları oluşturabilmektedir. Erken yaşta bazı sanal suçlara şahit olmanın yanında kendisi de zaman zaman suça bulaşma eğiliminde olabiliyor. Öğrencilerin ifadelerinden hareketle öğrencilerin bir kısmının tanımadığı insanlar veya sanal ortamda tanıdığı kişilerle sosyal medya ortamında paylaşımda bulunması sonucu, hem bazı suçlara şahit olmakta hem de suça bulaşma eğilimi göstermektedir. Bazen de çocuk içinde bulunduğu zor durumdan kurtulmak amacıyla hacker olma yollarını öğrenmeye çalışmakta, öğrenince yasal olmayan faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu durum da onlar için risk faktörü olan hukuksal sorunlara sebebiyet oluşturmaktadır:

*Arkadaşım böyle yabancı, yani açık olmayan sitelere girmiş. Açık olmayan sitelere girdiği için facebooku sürekli virüs atıyormuş, benim arkadaşım da bilmeden tıklıyor. Sonra evine ceza geliyor. O zaman tanıdığımda yani sürekli kullanıyordu sosyal medyaya ait araçlarını şuan hiçbir şey kullanmıyor. Ö-111 Mesela şimdi sana birisi mesaj attı tanımadığın biri... Örneğin benim bir tane sınıf arkadaşım vardı o biri internette tanışınca hemen şey oluyor, düşünüyordu çocuk, merhaba merhaba kardeşin gibi sana, facebooktan çocukla tanışmış, bu çocuk onun baya parasını yemişti. İki yüz milyona yakın parasını yemişti. O çocuk o yüzden ailesine mağdur olmuştu. O çocuk dolandırıcı bir çocuktü zaten büyüktü on altı on yedi yaşındaydı, o çocuk böyle herkesi dolandırıyormuş sonra poliste yakaladı onu, ailesi filan görüşmeye gidince. Ö-112*

**4.1.2.6. Suça maruz kalmak.** Ortaokul öğrencileri arasında kullanımı gittikçe popülerleşen sosyal medya dikkat ve bilinçli kullanılmadığında öğrenciler için farklı risk faktörleri barındırmaktadır. Sosyal medya ortamında suça maruz kalmak önemli risk faktörlerinden biridir. Katılımcı öğrencilerin ifadelerinden hareketle, ortaokul öğrencilerinin sosyal medya ortamında gizlilik- güvenlik konusunda dikkatli

davranmadıklarında ve düşünmeden her sayfayı, her siteyi tıklayıp her türlü içeriğe baktıklarında, farkında bile olmadan bazı suçlara bulaşma riskine maruz kalmaktalar. Katılımcıların ifadelerine kakıldığında kötü niyetli insanlarca ve onları tanıyan birileri-akranları tarafından sıklıkla siber zorbalığa maruz kaldıkları görülmektedir. Bu durumda öğrencilerin önemli kişisel bilgileri başkasının eline geçebilmekte, kötü niyetli sanal arkadaşları onları bazen madde bağımlılığına sürükleyebilmekte sonuç olarak çocukların sanal mecralarda rahatlıkla başı belaya girebilmektedir. Dolayısıyla tüm bunlardan hareketle öğrencilerin sosyal medya ortamında suça maruz kaldıkları ve sosyal medyanın onlar için bu konuda risk faktörleri barındırdığı söylenebilir:

*Sosyal medyada yazılan çizilen hiçbir şeyin kaybolmadığını öğrendim. Bazen yaptığım ve paylaştığım şeylerden pişman oluyorum. Bazen arkadaşlık isteğini kabul ettiğim kişiler rahatsız edici davranışlar sergiliyor. Ben de korkuyorum ve onları engelliyorum. Bir kere biri benim adıma sahte hesap açıp arkadaşlarıma kötü şeyler göndermişti. Bana söylediklerinde çok şaşırđım ve çok üzüldüm. Bazen çok vakit geçirdiğimi ve kopamadığımı görüyorum bağımlısı gibi bir şey oldum. Zamanımın çoğunu sosyal medyada geçirince derslerimi aksatıyorum, ailemle çok fazla zaman geçirmiyorum. Her şeyi internetten yapmak istiyorum. Üşengeç oluyorum. Ö-60 Sosyal medya hesabım çaldığında hesabıma girip özel şeylerime bakabilirler ve hesabımdan kötü şeyler yaparlar. Mesela benim sevdiğim bir tane çok güzel oyunlarım var. Onları sadece sosyal medyadan oynayabiliyorum. Sosyal medyayı çaldıklarında oynayamıyorum ve çok üzülüyorum. Ö-36 En son benim bir arkadaşımın hesabı çalınmıştı. Hani fotoğrafları falan vardı. Fotoğrafların yüzlerinde değişiklikler yapmışlardı. Hani hesaplarını kullanarak birilerine yazılar vb terbiyesizce şeyler yazıp yollamışlardı. Ona terbiyesizce şey yazan arkadaşımızın yazdığı kişiye hani kimsin diye yazılar yazdım. Yazan kişinin hesabına hani çaldığı için hiç cevap vermedi. Biz de arkadaşımızın hesabından tüm arkadaşlarımıza yazdık, şu şu kişinin hesabı çalınmıştır, yazılanları lütfen dikkate almayın. Daha sonra kendisi başka bi tane açtı o hesabına dolu şikâyetler yolladı, engellemeler yaptı, tüm arkadaşlarının da bunu yapmasını istedi. Engelledi filan hani bi daha görmedik o hesabı engellediğimiz için. Göremiyorduk, anca ayarlardan engeli kaldırırsak görebiliyorduk, ama biz yine de ne olsun şu an rahatsız edemiyor engelledik filan diye düşünüyor, ama sonra bazı hesaplarda arkadaşımızın fotoğrafını filan gördük. O hesaplardan arkadaşımız iletişim kurdu filan hani resimleri filan hallettiler, sonra çalan kişinin hesabını, arkadaşımızın hesabını çaldığı için o hesabı, başka bi hesap açtı. Başka bi ada google da bir sürü insan fotoğrafı vardı. Oradan bir fotoğraf olarak koydu, oradan o arkadaşına arkadaşlık isteği yolladık, daha sonra tahminler yürütmeye çalıştık çünkü e mailde değişiklik olmadığı için şifreyi değiştirmişti. O yüzden şifrede tahminler yürütmeye çalıştık. Bir sürü tahminler denedik, ama en az üç tane deneme hakkımız olduğu için fazlaca düşünmeye çalıştık, hani asal sayılardan yapmış olabilir mi diye, yoksa önemli bir kişinin adı olabilir mi diye düşündük baya... Böyle bir sayfa dolusu şifreler ürettik asal sayılardan, bir öğretmenimiz bize yardımcı oldu matematik hocamız, onun arkadaşımızın özel hocası, hani kendisi de asal sayılardan şifre üretti. Bize yardım etti şifre konusunda daha sonra aralarından teker teker olmayacağını düşündüklerimizi sildik, daha sonra kalan on tane şifreden teker teker seçerek denedik, birinci defa yazdığımız olmadı, ikincisi de olmadı, ama üçüncüsü kez yazdığımızda oldu, yani çalınan hesabı geri aldık ve içindeki tüm fotoğrafları, yazıları, yazışmaları sildik. Böylece hesabı güvene almış olduk ve hesaptan geri çıktık. Hani hesabına girebildiği için fotoğrafları sildiğimiz için bir sorun kalmadı artık, ne yaparsa yapsın ilgilendirmiyordu bizi, çünkü fotoğrafları silebilmiştik. Yazışmaları vb. tüm her şeyi arkadaşları da teker teker çıkarmıştık. O yüzden kurtulmuş olmuştuk. Bundan sonra faceden geri çıktık, hani bu tür durumlar olduğu için bence çok riskli oluyor. Ö-113*

**4.1.2.7. Şiddete maruz kalmak.** Sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için oluşturduğu bir diğer risk faktörü şiddete maruz kalmalarıdır. Sosyal medya kullanırken sanal bir sürecin içerisinde olduğu için, gördükleri şiddet türü de buna uygun bir boyut

alıyor. Bu sanal şiddet zaman zaman dozunu kaçırarak gerçek hayata taşınarak fiziksel şiddete dönüşmenin yanında, daha çok sözel, görsel ve duygusal boyutlarda kendini göstermektedir. Nitekim öğrenci ifadelerine baktığımızda öğrencilerin sosyal medya mecralarında sıklıkla akran zorbalığına maruz kaldıkları, zaman zaman sanal oyunlar oynarken şiddet öğelerine maruz kaldıkları ve bu oyunların tanıdık tanımadık arkadaşlarca oynanmasıyla birlikte bu ortamlarda çok fazla küfür hakaret edilebilmesi ve bu içeriğin tüm çocuklarca öğrenilmesi ve özentiyeye yol açmasının yanında çocukların rastgele girdiği sitelerde yaşına uygun olmayan görüntülere ki bunlar şiddet, cinsellik, korku, aşırı dram barındıran şekilde- maruz kalması çocukların sosyal medya ortamında şiddete maruz kalmaya yönelik birçok risk faktörüyle karşılaştığını göstermektedir:

*Mesela oyun sitelerinde reklamlar oluyor. İstenmedik reklamlar direkt karşımıza çıkıyor aslında. Farkında olamadan zaten o kadar hızlı geçiyor ki farkında olmadan bilinçaltımıza işliyor. Direkt biz kendimiz görmüyoruz o resimleri. Ama farkına bile varmıyoruz. Durdurmadığımız sürece anında gelip gidiyor saniyede. Online oyun siteleri genelde şiddete karşı oyunlar oluyor zaten. Şiddet içerikli oluyor bu oyunlar, o yüzden pek önermiyorum. Ö-114 Oyunlardan örnek vereyim, oyunlarda mesela kötü bir şey yaptığında ya da iyi bir şey sonra küfür gelebiliyor, numara bile istiyorlar, telefon numaranı ver diyorlar. Sen de o kızgın halinde üstünden atmak için veriyorsun, telefonla belki o bir dolandırıcı, belki şey... Bir arkadaşımın bir tane var, konuştuğu kişi organize çeteden biriymiş ve tam dolandıracakken son anda anlaşmış, polisin yardımıyla yakalanmış. Online oyun sitelerinde yaş sınırını riskli görüyorum, küçük çocuklar o küfürleri görüyor, çocuk çevrimiçi oyun oynarken bir sürü kişinin yazdığı küfrü görüyor ve küfür öğreniyor, oda özenip başka kişiler küfür ediyor, baya kötü olumsuz şeyler oluyor. Ö-115*

**4.1.2.8. Değer yozlaştırmak.** Sosyal medya sadece ortaokul öğrencileri tarafından değil onların aileleri tarafından da kullanılmaktadır. Ancak yine bu kullanım bilinçli olmadığı takdirde birçok problemi beraberinde getirmektedir. Özellikle günümüzde çoğunlukla ebeveynlerin her ikisinin de çalışıyor olması aile içerisinde bireylerin birbirine ve çocuğa ayırdığı zamanın kısıtlı olmasına neden olmaktadır. Sosyal medyanın aile bireylerinin hayatlarına girmesiyle zaten kısıtlı olan bu zaman aile ilişkilerinde ve bağlarında kopmalara neden olabilmektedir. Özellikle ailelerin bilinçsiz hareket etmeleri, çocuğu sosyal medya kullanmaya daha çok itmesi, zaten ergenlik dönemine geçiş çağında olan çocuklar için kendilerini yalnız hissetmelerine ve aileden kopuk yaşamalarına neden olabilmektedir. Çocuklar bazen çok önemli sorunlarını anne baba yerine sanal ortamda tanıştığı kişilerle paylaşabilmektedir. Ayrıca sosyal medyada kontrolsüz bırakılan çocuk, birçok şiddet ögesine maruz kalabilmektedir. Bu durum değer yargılarında yozlaşmaya sebep olmakla çocuk ve aile için önemli bir risk faktörü olmaktadır:

*Aile bağlarımızı koparıyor. Benim annem de sosyal medyayı kullanıyor. Mesela akşam geliyor eve, tabii yorgun oluyor çalıştığı için... O da sosyal medya genelde facebooku kullanıyor. Facebooktan mesela arkadaşlarıyla konuşuyor, işte bakıyor kim ne yapmış ne etmiş, neler olmuş, onlara bakarken mesela bizim aile bağımızda kopmuş oluyor. Görüşüyoruz aynı ortamda yan yana şey yapıyoruz ama*

*mesela böyle akşam atıyorum anneme bir şey anlatacak olursam veya şey olursa annemlerle konuşmak sohbet etmek yerine telefonlara bağımlı oluyoruz, babam da aynı şekilde... Ö-123*

**4.1.2.9. Sağlık-fiziksel.** Aşağıda öğrenci ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal medyada vakit geçirmek öğrenciler için o kadar çekici ki sağlıkla ilgili fiziksel birçok sorunla karşılaşmalarına rağmen sosyal medyadan kopamıyorlar. Bu durum hem onlarda bağımlılık olduğunu gösteriyor, hem de ailelerin bu konuda yeteri kadar bilinçlenmeyip çocuklarını da bu konuda bilinçlendirmedeğini göstermektedir. Hatta yukarıda görüldüğü gibi aile bağlarının zayıflamasında bilmeyerek de olsa bizzat kendisinin önemli bir faktör olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle çocuklarda sosyal medya başında fazla zaman harcadıkça vücutlarında uyuşma, bel ağrısı, göz ağrısı-bozulması, baş ağrısı vb. sağlıkla ilgili birçok problemin baş gösterdiği görülmektedir. Bilgisayar, tablet, telefon ve internete bağlanabilen diğer cihazlarla çocuklar uzun süre hareketsiz kalarak vakit harcamaları, erken yaşta obez olma risklerini de beraberinde getirmektedir:

*Bazen sosyal medya hesaplarımız çalınıp, fotoğraflarımızı istemediğimiz yerde paylaşıyorlar. Çok fazla durduğumuzda gözümüz ağrıyor, bazen bacaklarım, kolum falan tutuluyor. En çok da bağımlılık yapıyor. Biri bir şey dediğinde mesela onu duymuyoruz. Sürekli telefon, bilgisayar, tablet gibi cihazlardan sosyal medyaya giriyoruz. Çok uğraştığımızda beynimiz, baş ağrısı yapması. Ö-30 Fazla Bilgisayarda oturuyoruz ve bu sebepler bel ağrısı göz bozulması gibi şeyler oluyor. Bunun nedeni ile doktora gidiyoruz. Annemiz babamız yemeğe çağırdığında yerimizden kalkmıyoruz. Ö-23 Fazla oynayınca gözlerim bulanık görüyorum, günümün yarısını bunlarla geçiriyorum. Bir kere oynayınca bırakmak istemiyorum. İnsan bağımlısı oluyor. Günümüzü bunlarla geçirip spor yapmadığımız zaman obeziteye yakalanıyoruz. Ö-35 Oturunca belim ağrıyor çok fazla oyun oynayınca başım çok ağrıyor. Yarım saat ve 1 saat ödev için oturuyorum, ama saatin farkına varmadan saatin çok geç olduğunu bilmiyorum. Oyun oynarken 2 saati geçince başım belim kolum her yerim ağrıyor, kambur olacağım diye korkuyorum... Gözlerim acıyor acıyınca kalkmak zorunda kalıyorum, ondan sonra yatıyorum, gözüm bozulacak diye korkuyorum. Ö-33*

### 4.1.3. Öneriler

Tablo 4.3

*Öğrencilerin gözünden sosyal medyaya yönelik öneriler*

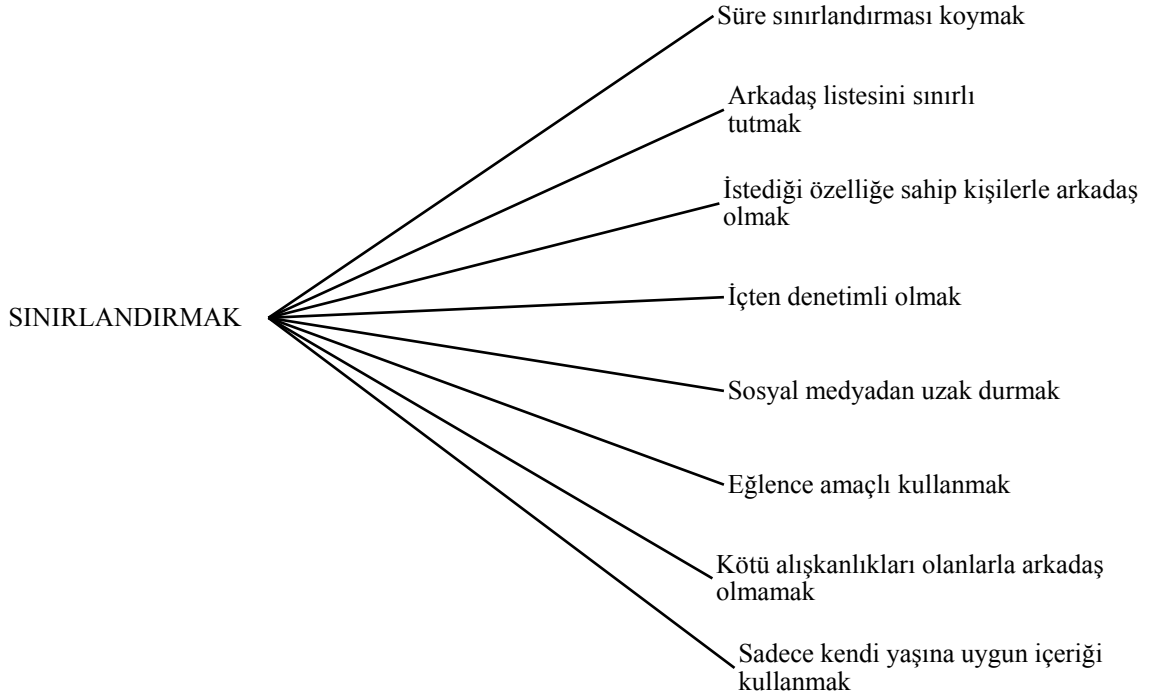
KENDİSİNE			
TEMA	ALT TEMA	KOD	F
ÖNERİLER	Temkinli olmak	Güvenlik-gizlilik ayarlarına dikkat etmek	38
		Temkinli yaklaşmak	27
		Bu konuda bilgi ve tecrübesini arttırmak	20
		Tanmadığı kişilerle iletişimden kaçınmak	17
		Bağımlı olmaktan kaçınmak	11
		Bilen bir rehber eşliğinde kullanmak	10
		Sadece gerektiği kadar kullanmak	8
		Yaşanan olaylardan ders çıkarmak	6
		Hackerlikten uzak durmak	5
		Önemli konularda kullanmamak	5
		Buradan çok fazla konuşmamak-mesajlaşmamak	5
		Burada polemige girmekten kaçınmak	3

<b>KENDİSİNE</b>			
<b>TEMA</b>	<b>ALT TEMA</b>	<b>KOD</b>	<b>F</b>
		<b>Süre sınırlandırması koymak</b>	<b>19</b>
		Arkadaş listesini sınırlı tutmak	12
		İstediği özelliğe sahip kişilerle arkadaş olmak	10
	Sınırlandırmak	İçten denetimli olmak	9
		Sosyal medyadan uzak durmak	6
		Eğlence amaçlı kullanmak	4
		Kötü alışkanlıkları olanlarla arkadaş olmamak	4
		Sadece kendi yaşına uygun içeriği kullanmak	3
		<b>Çevresini bilgilendirme-yardım etmek</b>	<b>10</b>
	Rehber olmak	Buradan faydalı bilgi ve dokümanlar paylaşmak	3
		Gerçek hayattaki arkadaş sayısını daha çok arttırmak	4
	Sosyalleşmek	Kullanmaktan kaçınmak için sosyal aktiviteler yapmak	4
<b>VELİLERE</b>			
		<b>Uyarmak</b>	<b>27</b>
		Aktif kullanmak	20
		Örnek olmak	10
	Rehberlik	Yarar ve risklerini anlatmak	9
		Sosyal aktivitelere yönlendirmek	3
		<b>Empati kurmak</b>	<b>20</b>
		Ölçülü olmak	12
		Sosyal medyaya karşı ön yargılı olmamak	8
	Anlayış	Güvenmek	7
		Çocuklarıyla daha yakın ilişkiler kurmak	5
		<b>Zaman sınırlaması koymak</b>	<b>13</b>
	Sınırlandırmak	Koruma altında tutmak	11
		Günlük genel bir program yapmak	4
	Serbestlik	<b>Baskı yapmamak</b>	<b>20</b>
		Yardım etmemek	13
<b>ÖĞRETMENLERE</b>			
		<b>Bilinçlendirme çalışması yapmak</b>	<b>39</b>
		Uyarmak	23
	Rehberlik	Yarar ve risklerini anlatmak	19
		Aktif kullanmak	16
		Sosyal medya grupları kurup bilinçlendirme yapmak	15
	Anlayış	<b>Empati kurmak</b>	<b>20</b>
		Yararlarını göz ardı etmemek	7
	Eğitime entegre	Eğitsel faaliyetlere sosyal medyadan yararlanma- devam etmek	18
<b>MEDYAYA</b>			
		<b>Mizahla bilgilendirmek</b>	<b>26</b>
		Bilgilendirici dizi-reklam filmi yapılmak	18
		Doğru medya kullanım bilinci oluşturmak	17
		Sevdiğim isimlerin bilgilendirici konuşmalar yapması	11
	Bilinçlendirmek	Basılı medyada bilgilendirici yazıların olması	10
		Uzmanların konuşması	9
		İnterneti açınca hatırlatıcı notların kendiliğinden çıkması	9
		Kamu spotu oluşturmak	9
		Yaşanan olayları yansıtmak	8
		Yayınlardan bir süresini bilgilendirici videolara ayırmasını	5
		<b>Güvenli medya kullanım ortamı oluşturmak</b>	<b>29</b>
		Uyarılar vermek	16
	Sınırlandırmak	Uygunsuz içeriklerin engellenmesini	15
		Sınır koymak	9
		Hackerleri engellemek	5

Öğrencilerin gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri yukarıda bulgularla birlikte yorumlanmıştır. Ancak bu araştırmada sosyal medya paydaşlarının ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik önerileri de merak konusu olmuştur. Bu konuya yönelik öğrencinin kendisine, ailesine, öğretmenlere ve medyaya yönelik önerileri bu temada ele alınmıştır. Öğrencilerin bu temaya yönelik verdikleri ifadelerden yola çıkılarak kendisine yönelik önerilerde; sınırlandırma, temkinli olmak, rehber olmak ve sosyalleşme velilere yönelik önerilerde; serbestlik, rehberlik, anlayış ve sınırlandırma öğretmenlere yönelik önerilerde; rehberlik, eğitime entegre, anlayış medyaya yönelik önerilerde ise; bilinçlendirme ve sınırlandırma alt temalarına ulaşılmıştır. Aşağıda bu alt temaların her biri öğrenci ifadelerinden direkt alıntılarla açıklanmıştır.

#### **4.1.3.1. Öneriler - kendisine.**

**4.1.3.1.1. Sınırlandırmak.** Sosyal medya kullanımı konusunda ortaokul öğrencilerinin kendilerine yönelik yaptıkları önerilerde, bazı konularda hassas davrandıkları görülmektedir. Bu konuda sosyal medyanın öğrenciler üzerinde belli bir nüfuzunun olduğu söylenebilir. Çünkü bazı konularda çaresiz ve yetersiz kalan öğrenciler çareyi kendilerine sınırlama koymakta aramaktadırlar. Yaptıkları bu davranışlardan bazıları sosyal medya kullanımı konusunda otokontrol sağlamaya çalıştıklarını gösterirken, bazı davranışları ise, sosyal medyadaki bazı olumsuzluklar karşısında çaresiz kaldıklarını göstermektedir. Örneğin ifadelerinde sosyal medya kullanırken içten denetimli olmaya çalışmaları, arkadaş listesini sınırlı tutmaları, sadece istediği özelliklere sahip kişilerle arkadaş olmaları, kötü alışkanlıkları olan kişilerle arkadaş olmamaları, sadece kendi yaşına uygun içeriği kullanmaları, süre sınırlandırması koymaları sosyal medyayı dikkatli kullanmaya yönelik davranışlar iken, diğer bir çare olarak sosyal medyadan uzak durmak ve sadece eğlence için kullanmak öğrencilerin sosyal medyayı aktif ve bilinçli bir şekilde kullanmadıklarını göstermektedir. Bu durumda ortaokul öğrencilerine medya okuryazarlığının yanında “*sosyal medya okuryazarlığı*” eğitiminin de verilmesi gerektiğini göstermektedir:



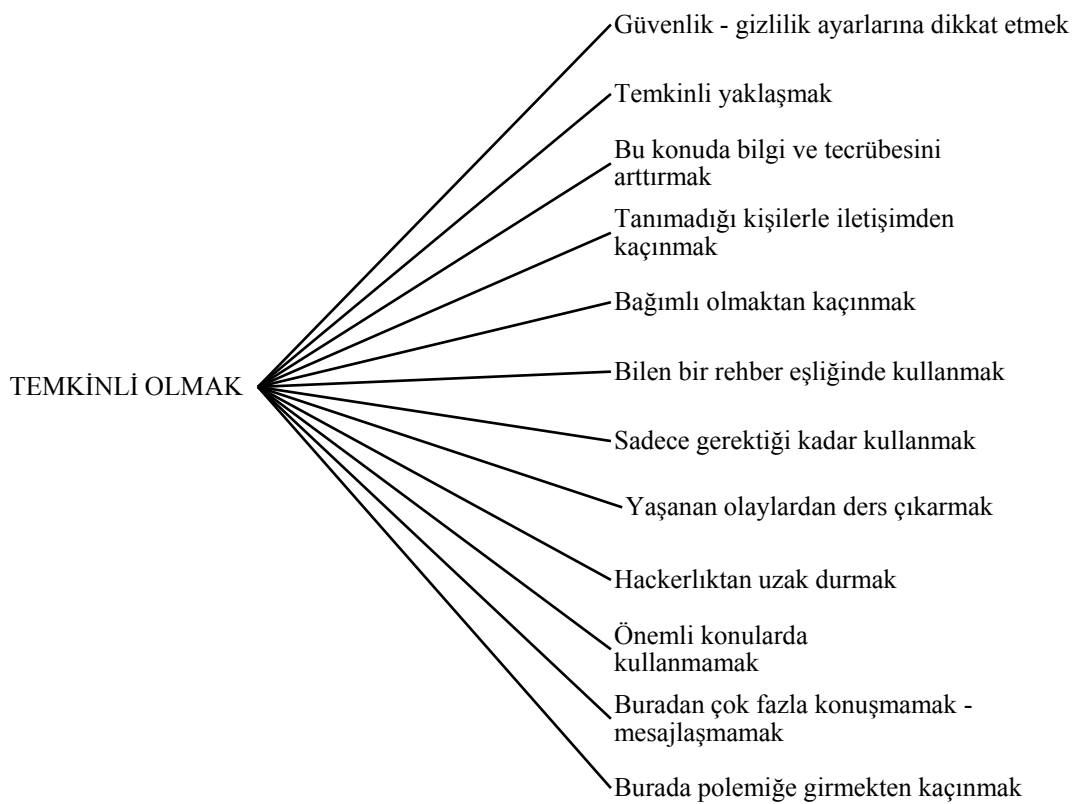
Şekil 4.8.Sınırlandırmak alt temasına ait kodlar

*Ben daha doğrusu korunmak için günde bir saat bilgisayara oturuyorum. Günde sadece bir saat, hani derslerim var çünkü... Sürekli belli bir konuşma için gerek internet gerek facebook gibi başka sosyal ağlara girdiğimiz zaman sürekli illaki birisiyle konuşabiliyorsun. Sürekli arkadaşlarınla ve siz atmasanız bile onlar atıyor. Yani ben böyle yapıyorum. Aslında güvenlik gizlilik ayarları var, sürekli gizlilik ayarlarını değiştiriyorsunuz, çünkü bir daha böyle facemin çalınması ya da sosyal paylaşım şeylerin çalınması bana göre onlar... Arkadaşlarıma da söylüyorum bu tarz şeylere dikkat edin illaki bir virüs paylaşılır gibi, zaten ben sürekli facebook, twitter kullandığım için facebookun twitterin kendine özel ayarları var. Bu gizlilik ayarlarının sayesinde sürekli yani arkadaş çevrenizi de değiştirebiliyorsunuz. Kendinizi de değiştirebiliyorsunuz, çünkü facebookta gizlilik ayarlarına sürekli paylaştığını kimler görüyor kimler beğenebilir ona göre profilini gizle yapıyorsun, profilini gizliyorsun. Profilini gizlediğin için de yabancı yani seni tanımayanlar yani sana kötülük yapabilecek kişiler sürekli engelleyebiliyorsun. Ö-111 Sosyal medya yeterince vakit ayırıyorum. Çok fazla bağımlı oluyorum. Tanımadığım kişileri kendi siteme almıyorum, sosyal olmayı tercih ederim. Fotoğrafların altına argo kelimeler kullanmam arkadaşlarımla sohbet ederim ama onlarla gezmeyi daha çok tercih ederim güvenli sitelerde dolaşmak İnternette çok fazla alışveriş yapmam sürekli olarak edindiğim bilgileri not ediyorum. Ö-6 Ben bir alarm ayarlıyorum 3 saatliğine alarm çalınca gidip 1 saat daha ekliyorum oda çalınca bırakıp dışarı çıkıyorum. Sıradan bir günüm böyle geçip gidiyor annemden öğüt alırım bana bırakıp ödev yapmam gerektiğini söyler ben de uygulamaya çalışırım bazı kişilere de rehberlik eder onlara fack hesaplardan uzak durmalarını söylerim, pc üzerinden kötü yazılımları indirmemelerini onlara söylerim. Aynı şekilde mobilde de iyi siteleri öneririm onlar da uygulamaya çalışır. Ö-16*

**4.1.3.1.2. Temkinli olmak.** Öğrencilerin sosyal medyayı kullanırken temkinli olma konusunda dikkatli olduğu ve kendisine telkinde bulunduğu ifadelerinden bulgulanmıştır. Öğrenciler sosyal medyayı kullanma sürecinde herhangi bir sorunla karşılaşmamak için bilen bir rehber eşliğinde kullanmak, bu konuda bilgi ve tecrübesini arttırarak daha çok faydalanmak, sadece gerektiği kadar kullanarak zaman kaybı ve bağımlılık konusunda

dikkatli olmak, aşırı önemli konularda güvenli bulmayıp kullanmamak, bu mecralarda gereksiz yere konuşmamak-mesajlaşmamak, her zaman temkinli yaklaşmak, tanımadığı kişilerle iletişimden kaçınmak, güvenlik-gizlilik ayarlarına dikkat etmek, sanal ortamda polemiğe girmekten kaçınmak, sosyal medyayla ilgili olumsuz yaşanan olaylardan ders çıkarmak, bağımlı olmaktan kaçınmak ve sanal suçlardan olan hackerlikten uzak durma konularında dikkatli ve temkinli davranmaya dikkat ettiği söylenebilir. Buna dair bazı öğrencilerin üzerinde durdukları hususlar şu şekilde ifade edilmiştir.

Şekil 4.8.Sınırlandırmak alt temasına ait kodlar



Şekil 4.9.Temkinli olmak alt temasına ait kodlar

*Çok fazla bilgisayar başında durmamaya gayret ediyorum. Telefonda internet almamak istiyorum, ondan sonra sosyal medyada arkadaş ortamına dikkat ediyorum mesela çocuk aynı okulda, mesela çocuğu denerim... Böyle nasıl konuşuyor, nasıl şey yapıyor diye, ondan sonra çocuk iyi biriyse onunla arkadaş olurum, ama genellikle okul ortamından arkadaşlarım var. Böyle dışarıdan fazla yok. Ondan sonra arkadaşlarım böyle çok şey telefon başında derste telefon falan oynuyorsa onu uyarırım, yapma derim ders işlemeye çalışıyoruz derim. Onları uyardığımda da hoca görür bunları, kızar onlara o yüzden... Sosyal medya bağımlılığı varsa uzak duruyorum hem uyarıyorum. Ö-118 Önlem aldım... Küfür edildiğinde oyundan çıkıyorum. Ders çalışmak için bağımlısı olmuyorum. Fazla kalmamak için alarm kuruyorum. Ö-18 İnsanların yorumlarına bakarım ve öyle indiririm bir şeyleri... Hackerlik yaparken kimsenin hesabından kimseye hakaret etmem. Sosyal medyada kimseye din dil ırk bakımından hakaret barındıran sözcükler kullanmam. Kimseyi dışlamam. Sosyal medyayı yararlı şeylere kullanırım. Ö-24*



**4.1.3.1.3. Rehber olmak.** Sosyal medya paydaşlarından ortaokul öğrencileri sosyal medyayı kullanma sürecinde birbirine sanal ortamda birçok konuda kılavuzluk da yapmaktadırlar. Öğrenci ifadelerine dikkat ettiğimizde öğrencilerin faydalı konularda bildiklerini çevresiyle paylaşma-çevresine yardım etme ve elinde derslerle veya diğer önemli konularla ilgili dokümanları paylaşma eğiliminde oldukları gözlenmektedir. Dolayısıyla sosyal medyadan birbirine rehberlik ettikleri söylenebilir:

*Kötü gördüğüm şeylerin altına yorum yapıyorum isim vermeden isim verirken. Yakın bir arkadaşımın bana değer vererek yorum yapıyorum bence böyle yapmamalısın diye. Yakın bir arkadaşımın bana değer verdiği için bana şey yapmaz. Benim sözümü dinler diye düşünerek yorum yapıyorum. Öneride bulunmuyorum. Bildiklerimi paylaşıyorum arkadaşımınla...Ö-130 Facebook gibi sayfalarda güvenlik gizlilik ayarlarına dikkat ediyorum. Bu konuda büyüklerimin fikrini alıyorum. Her ne yaşarsam yaşayayım aile büyüklerime anlatıyorum. Ö-127 Ben sosyal medya araçlarını telefonuma indirmeden önce faydaları ve zararları nelerdir iyice araştırıyorum. Hesaplarımın gizliliği benim için çok önemli.. Sosyal medyada ne yaşadysam mutlaka anneme babama anlatırım. Sosyal medya şifremi zor yapıyorum. Bilen birinden hep yardım alıyorum. Ö-128 Bir sosyal medya ağı kurmadan önce internetten veya bir Büyüklerimizden Mesela Facebook gibi sosyal hakkında ne düşündüklerini sorarım sonra biraz düşünür öyle hareket ederim bir şey olduğunda hemen ablana söylerim ve o da ilk bana ne olduğunu söyler sonra da bir şey olmuşsa Eğer onunla ilgili elimden geleni yapar zararlarından etkilenmemek için bilgisayarda daha az zaman geçiririm. Ö-9*

**4.1.3.1.4. Sosyalleşmek.** Öğrenci ifadelerinden hareketle öğrencilerin tüm ilişkilerini sanal ortamdaki yürütmemeye dikkat ettikleri söylenebilir. Sosyal medyada fazla zaman geçirmemek, bağımlı olmamak, arkadaş ilişkilerini canlı tutmak ve hayatı ıskalamamak adına sosyal medya kullanımını konusunda bazı hususlara dikkat etmektedirler. Örneğin gerçek hayattaki arkadaş sayısını daha çok arttırmaları, bağımlı olmamak için sosyal aktiviteler yapmaları öğrencilerin sosyal medyayı kullanırken, gerçek hayatta sosyalleşmeyi canlı tutmaya çalıştıklarını göstermektedir:

*Mesela ben yeni sporlara başladım, bu sayede hem arkadaş çevrem genişliyor hem de bir uğraş edindiğim için sosyal medyaya girme isteğim azalıyor. Bu sayede ben kendimi biraz daha toparlayabiliyorum. Artık eskisi kadar kendimi bu konularda bağımlı hissetmiyorum. Derslerim düzelmeye başladı. Bu önlemlerden sonra, kendimi artık tamamen sosyal medyaya adamadım, başka ilişkilerde kurduğum hayatta... Arkadaşlık ilişkilerimi düzene soktum, arkadaşlarımla buluşmayı aksatmıyorum. Whatsaptan konuşmak yerine mesela yüz yüze konuşuyoruz. Birlikte sohbet ediyoruz, dertlerimizi anlatıyoruz, bu sayede ben hem içimde bir şey kalmamış oluyor hem de bir yandan faydalarını görmüş oluyorum. Ö-122 Facebook ta her önüme gelen sayfayı beğenmem. Facebook ta her bilgimi açığa çıkarmam. Facebook ta kötü olan hesapları (müstehcen içerik, küfürlü konuşmalar) hackliyorum. Ailemle zaman geçiriyorum. Bilgisayara bağımlı kalmıyorum. Dışarı çıkıp arkadaşlarımla oyun oynuyorum. Fazla bağımlı kalmam. Ö-24*

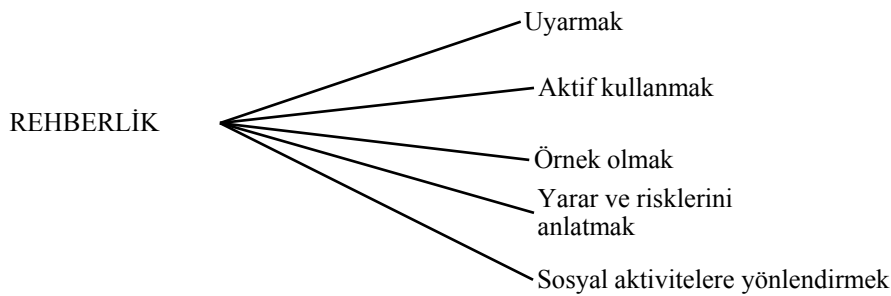
#### 4.1.3.2. Öneriler- velisine.

**4.1.3.2.1. Serbestlik.** Sosyal medya kullanım sürecinde öğrenciler velilerinden destek beklememekle birlikte, onların da sosyal medyayı kullanıp çocuklarını denetlemelerini rahatsızlık verici bulmaktadırlar. Bu durum velilerin çocuklarını sosyal

medya konusunda bilinçli bir şekilde yönlendiremedikleri zaman çocukları üzerinde yaptıkları aşırı baskılarla çocuklarının güvenini kaybetmeye ve çocukları yalnızlığa ittikleri söylenebilir. Çünkü bazı öğrenci ifadeleri dikkate alındığında öğrenciler, velilerinden sosyal medya konusunda yardım istememekle birlikte, baskı yapmalarından duydukları rahatsızlığı da dile getirmektedirler:

*Ailemin pek böyle şey kullanmasını bu konuda yardımcı olmasını istemem, çünkü sürekli yani onlar da kullanıyor facebook, twitter sürekli... Kullandığım bütün sosyal ağlarda arkadaşım olmalarını her şeyi görmelerini istemem. Çünkü üstümde çok fazla baskı yaratıyorlar. Yani mesela arkadaşlarımla bir yere gittiğim zaman bir cafede oturduğum zaman yani sürekli zırt pırtı arayıp sürekli rahatsız edebiliyorlar. Yani güvenemedikleri şey facebook...Ö-111 Şahsen bana kısıtlamalar koyulmasını istemem. Çünkü hiçbir çocuk bunu istemez ve inatlaşıp daha da ilgilenmeye çalışır. Fakat ben dozu aştığımda beni uyarmalarını isterim ki zaten bu uyarı söz konusu ve ya ara sıra benimle internete onlar da takılabilirler. Ö-61 Her sosyal medya hesabımı kullanmama süre koymalarını kaldırmalarını istiyorum. Ve internete girdiğimde sanki saatlerce oturuyormuşum gibi çok internette kalıyorsun demelerini istemiyorum. Ben ne kadar sosyal medyada takılmak istediğimi bildiğim için süre koymamaları gerek. Ö-58*

**4.1.3.2.2. Rehberlik.** Sosyal medya kullanımı konusunda farklı öğrenci görüşleri dikkate alındığında ise, ailenin de aktif bir şekilde sosyal medyayı kullanmaları, çocuklarına yarar ve risklerini anlatma konusunda rehber olmaları, sosyal medya konusunda tutum ve davranışlarıyla örnek olmaları, yanlış bir şey yaptıklarında uyarmaları, bağımlı olmamaları ve risklerinden etkilenmemeleri için sosyal aktivitelere yönlendirmeleri beklenmektedir:

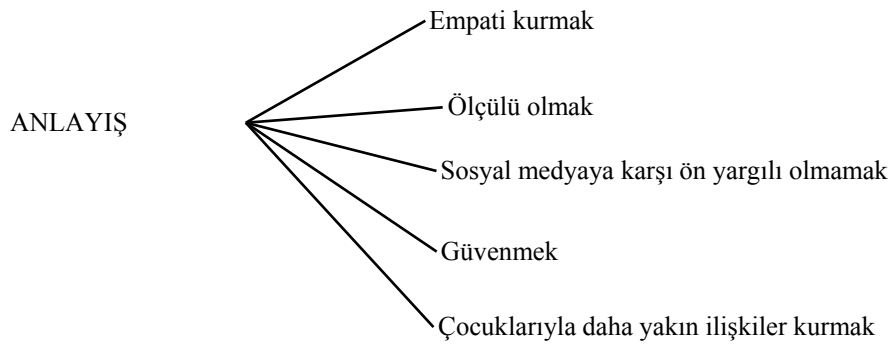


Şekil 4.10. Rehberlik alt temasına ait kodlar

*Ailem bana bu konuda şöyle yardım edebilir. Benim kullandığım sosyal medya hesaplarımın hepsini takip edip yanlış yorumumda, yanlış paylaşımlarımda yani kısacası yanlış davranışımı görürlerse beni hemen uyarıp, o yorumunu siler misin ya da o paylaşımı ya da o yanlış davranışımı düzeltir misin diyebilirler. Eğer annem ya da babam da kullanıyorsa bana nasıl kullanacağımı neleri yapmayacağımı ya da neleri yapabileceğimi anlatabilirler. Nasıl kullanacağımı ne kadar süre başında durursam sağlığıma zararlı ne kadar süre durursam sağlığıma zarar vermeyecek onları anlatabilirler. Hafta sonu bilgisayar bağımlısı olduğum için önce ödevlerimi bitirmemi söylemeleri...*

*Mesela beni ortaya iddia koyabilirler... Mesela annem dese ki oğlum bana şunu al 1 saat oynayabilirsin. Önce ödevlerini bitirirsen 2 saat oynaya bilirsin diyebilirler. Öğretmenlerimle veya arkadaşlarımla aileleriyle toplanıp çözüm üretip bana uygulayabilirler. Veya bilgisayara bir sistem kurup önce ödevlerini yap diye uyara da bilir. Öğretmenlerim beni karşılarına alıp konuşup, çözüm üretilebilir. Ö-79*

**4.1.3.2.3. Anlayış.** Ortaokul öğrencileri sosyal medya konusunda velilerinden öncelikle onlarla empati kurulmasını beklemektedirler. Yani ailelerinden kendileriyle daha yakın ilişkiler kurmalarını, çocuklarına güvenmelerini, sosyal medyaya karşı aşırı ön yargılı olmamaları ve yararlarını göz ardı etmemelerini ve ölçülü olmaları gerektiği konusunda beklentileri bulunmaktadır. Aşağıda verilen ifadelerde öğrencilerin sosyal medyayı kullanmalarında ailenin kontrolünü reddetmedikleri; ancak bunun ölçülü ve yerinde olması gerektiğine inandıkları anlaşılmaktadır.



Şekil 4.11. Anlayış alt temasına ait kodlar

*Her sosyal medya hesaplarıma kural koymamalarını istiyorum. Sanki elime telefonu aldığımda sabahtan akşama kadar onunla oynuyorum gibi görüyorlar. Benim sosyal medya hesaplarıma karışmamalarını istiyorum. Bir de iyi yönünden bakmalarını istiyorum. Ve bizim de kararlarımızı fikirlerimizi alarak sınır koymalarını istiyorum. Ö-30 Anlayış ve sabır göstermesini isterim her şeyi alıştıra alıştıra anlatsınlar kızım bunu yapma, kızım bırak sürekli yanıma gelip konuşmalarını isterim. Eve misafir çağırıp odayı doldurmasını isterim, misafirlerimin benimle sohbet etsinler nasılsın kızım bilgisayar ve telefonla uzaklaştırmasını isterim. Ö-17*

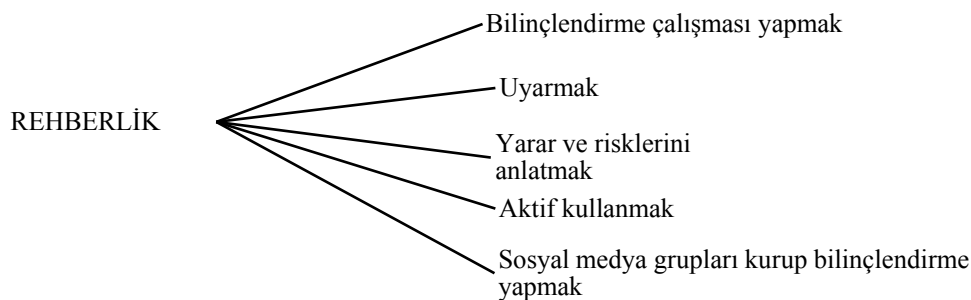
**4.1.3.2.4. Sınırlandırmak.** Sosyal medya kullanımı konusunda öğrenciler velilere kendilerini sınırlandırma konusunda önerilerde bulunmaktadır. Bunu aşağıdaki ve diğer öğrenci ifadelerinden görebiliriz. Öğrenciler hayatlarında sosyal medyayı da istemekle birlikte daha düzenli, verimli ve günlük işlerini aksatmayacak bir biçimde kullanmak için

velilerinden yardım beklemektedirler. Özellikle günlük genel bir program yapmaları, onları risklerinden uzak tutmak için koruma altında tutmalarını, sosyal medyayı kullanma sürecinde zaman sınırlaması koymalarını velilerine önermektedirler. Bu konuda bazı öğrenci ifadeleri şöyle verilebilir:

*Ailemin bana bu konuda şöyle yardımcı olmasını isterim. Örneğin Eğer ben çok fazla sosyal medya bağlıysam interneti kapatmasını isterim. Bilgisayara şifre koymasını isterim. Eğer bu kadar sosyal medyaya bağlıysam Facebook'u kapatmalarını isterim. Ö-7 Mesela biz bazen şöyle yapabiliriz, ben hep bunu düşünürüm, hatta anneme de söyledim, tamam dedi bir ara bunu ayarlayalım dedi. Ders programı oluşturabiliriz. Mesela şu saatte telefon hepimiz yani aile programı diyelim, şu saatte herkes evde olacak, telefona şu saatte konuşma, şu saatte televizyon, şu saatte yemek gibi olabilir. Ö-123*

#### 4.1.3.3. Öneriler - öğretmene

**4.1.3.3.1. Rehberlik.** Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı konusunda öğretmenlerden beklenti ve önerileri daha çok onlara sosyal medya kullanımı konusunda bilinçlendirme çalışmaları yapmaları yönündedir. Öğrenciler sosyal medyayı kullanma sürecinde öğretmenleri yanlarında görmek istemekte olup onlardan sosyal medyanın; yarar ve risklerini anlatmalarını, sosyal medyayı onların da aktif kullanmalarını, bazı konularda gerektiğinde uyarmalarını, sosyal medya konusunda hem okulda hem de sanal ortamda gruplar kurup bilinçlendirme çalışmalarını beklemektedirler:



Şekil 4.12. Rehberlik alt temasına ait kodlar

*Öğretmenlerime sosyal medya hakkında soru sorduğum zaman beni doğru yönlendirecek bilgileri vermesini isterim. Bana derslerimde yardımcı olabilecek ve günlük hayatımda fazla işime yarayacak... Youtube kanalları ya da Web siteleri önermesini geçmiş tarihimiz hakkında işime yarayabilecek bilgiler için Web siteleri önermesini sosyal medya hakkında birçok bilgi vermesini, sosyal medyanın yararlarından ya da risklerinden bahsetmesini ve boş zamanı doğru bir şekilde kullanabilmem için bilgiler vermesini ve beni yönlendirmesini isterim. Ö-14 Öğretmenlerin, tüm*

*öğretmenlerin toplanıp okuldaki tüm öğrencileri toplayıp hani sosyal medya hesaplarında güvenlik ile ilgili bir slayt hazırlamalarını, öğrencilere, tüm öğrencilere, internet hesabı olup olmayan tüm her kesleri bilinçlendirmelerini isterim. Bir tek öğrenciler değil velilerin de çünkü velilerinde, anne babaların da hesapları çalınıyor. Hani internet hesaplarında sosyal medya güvenliği diye bir grup açarak, öğrencileri de oraya ekleyerek orda da yazılar yazarak onları bilinçlendirebilirler. Hani her öğrenciye küçük bir cd nin içine bir slayt hazırlayarak, bununla ilgili araştırmalar yaparak öğrencilerin bu bilgiler alınarak öğrencilere bir cd içerisinde dağıtabilirler. Onları bilinçlendirebilirler. CD'ler hani tüm olup olmayan herkese dağıtabilirler. Velilere yani anne babalara hatta bence kendi aralarında öğretmenlerde dağıtabilirler, hani rehberlik derslerinde de bir beş on dakikasında bir slayt izleterek, hani her hafta yeni yeni slaytlar izletebilirler. Her hafta slayt hazırlayıp öğrencilere izletebilirler yani... Hani her türlü sosyal medya üzerinden, facebook, twitter, youtube, whatsapp, instagram, yahoo, myspace gibi oyun siteleri gibi yerler, hani küçük küçük videolar hazırlayıp izletebilirler. Youtube hesaplarında bir kişi izledi mi zaten çok izlenenler rekoru kırabilir. Tüm öğrenciler yani onu orda izlerse zaten izlenme rekoru kırar ve bunu tüm dünya haberlere çıkar. Bunu tüm dünya izlemiş olur. Bu da hani tüm herkesin tek öğrencilerin değil de tüm herkesin bilinçlenmesine yardım etmiş olurlar. Hani bunun önemini herkese anlatmış olurlar. Bunun ne kadar güvenli ve güvensiz olduğunu ve bunun güvenliğinin çok zor sağlandığını ve bunun güvenliği için neler yapmaları gerektiğini tüm dünya görmüş olur. Böyle tıklanma rekorları kırdığında dediğim gibi tüm haberlere çıkar. Böylece bütün herkes bilinçlenmiş olur. Bunun dışında da öğrenciler her hafta azda olsa bir dakika bir buçuk dakikalık slayt hazırlayabilirler. Ö-113*

**4.1.3.3.2. Eğitime entegre.** Öğrencilerin sosyal medya kullanımı konusunda öğretmenlerden beklentilerinden bazıları ise, hayatın her alanında iş yarayacaklarını düşündükleri sosyal medyayı eğitime entegre etmeleri yönündedir. Bu bağlamda öğrenciler, öğretmenlerin eğitsel faaliyetlere sosyal medya ortamından da devam etmelerini istemektedirler. Örneğin dersle ilgili materyalleri bu ortamlarda paylaşarak herkesin istediği yer ve zamanda ulaşmasını sağlamak. Gerekirse sosyal medyada kuracakları gruplar sayesinde öğrenme çalışmalarını buralardan yaparak, öğrenmeyi dört duvar dışına taşımalarına yöneliktir. Öğrenciler, zararlı olacağına inandıkları bazı paylaşımlar konusunda, özgürlüklerini bile sınırlandırma hususunda öğretmenlere etkin rol verebileceğine inanmaktadırlar:

*Öğretmenlerimin ve sınıf arkadaşlarımla grup kurup facebookta bizim notlarımızın ödevlerimizi paylaşması, öğretmenlerimizin bizi takip etmesini, bizi yönlendirmesini, facebookta yapmamız gerekenleri söylemesini, bir konuda bize yardım edip kötü paylaşımları engellemesini, bize yapmamız gerekenleri söylemesi, anlamadığımız konularda arkadaşlarıma ve bana yardımcı olur. Öğretmenlerimin benim yaptığım zararlardan bahsetmesini isterdim. Ö-12 Öğretmenlerimiz bize grup kursunlar anlatırız dersleri onlara. Onlara sorulmuş anladınız mı konuları. Onlar bize bu ders konusunda bize yardımcı olsunlar. Ö-38 Mesela proje ödevlerimiz var. Diyebilir ki youtube de size örnek olacak güzel videolar var. Ö-54*

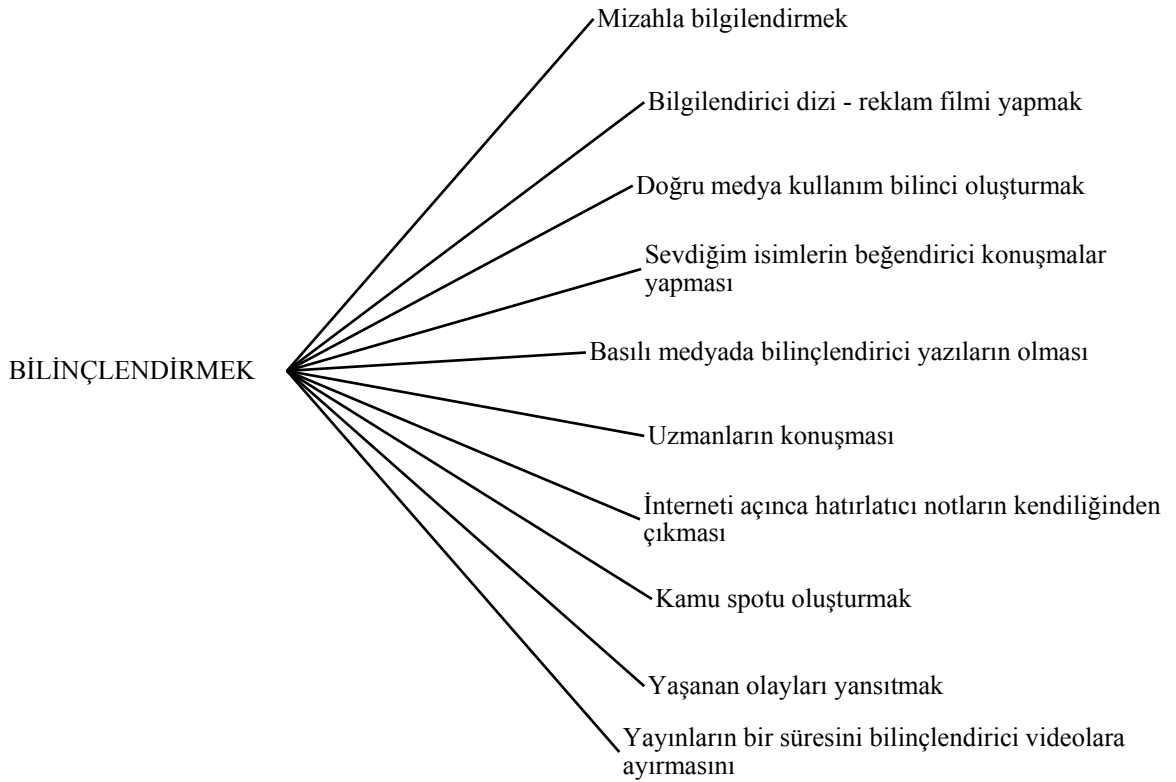
**4.1.3.3.3. Anlayış.** Öğrenci ifadelerinden çıkan anlayış alt temasında öğrencilerin öğretmenlerden sosyal medya ile ilgili en büyük beklentisi onlara empati gösterilmesi ve onlara karşı anlayışlı davranılması yönündedir. Öğrenciler, “öğretmenlerin bizi sürekli ders için sıkıştırıp durmaları ve sosyal medyayı sürekli zararlı bir şeymiş gibi görmeleri”

şeklindeki söylemleri öğrencilerin öğretmenleri sosyal medyaya karşı önyargılı olduklarını hissini vermektedir. Öğrenciler öğretmenlerin sosyal medyanın birçok yararını gözardı ettiklerini, çünkü onlar anlamasa da birçok araştırma konusunu ve ödevini sosyal medya yardımıyla yaptıklarını dile getirmektedirler:

*Öğretmenlerimizin biraz daha bizi ders konusunda sıkmasını değil de, bizi daha çok sosyalleşmeye teşvik etmesini isterdim ki kendileri bu durumdan çoğu mahrum kaldığı için biz de genelde derslerimizi çalışmamızı, derslerimize yoğunlaşmamızı istiyorlar, biz de öğrenciler olarak kafamız derslerle doluyken, öğretmenler daha çok sosyal medyayı anlamaya çalışmalılar. Mesela öğretmenler sürekli zararlarını düşünüyorlar, zararlarından bahsediyorlar bizi zararları konusunda uyarıyorlar ama yararlarını düşünmüyorlar, sanki yararları yokmuş gibi davranıyorlar. Ama bizim ne kadar sosyal medyadan yardım aldığımızın farkında değiller, biraz zamanlarını ayırsalar mesela bizim gibi düşünmeye çalışsalar yararlarını görmeye çalışsalar daha iyi olabilirdi. Ö-122 Hocalarımızın sosyal medyaya çok girmeyin dememesi gerek....çünkü bazı arkadaşlar sosyal medyada boş vakit geçirebilir. Fakat bazı arkadaşlarımız da sosyal medyada bilgi edinmek istediği konular hakkında uğraşüyor. Dolayısıyla hocalarımızın sosyal medyada çok vakit geçirmeyin demesi yerine sosyal medyayı bilgi amaçlı kullanın demelerini isterim. Çünkü buralarda belki vaktimizi önemli konular hakkında bilinçlenmeye harcıyoruz. Ö-58*

#### **4.1.3.4. Öneriler - medyaya**

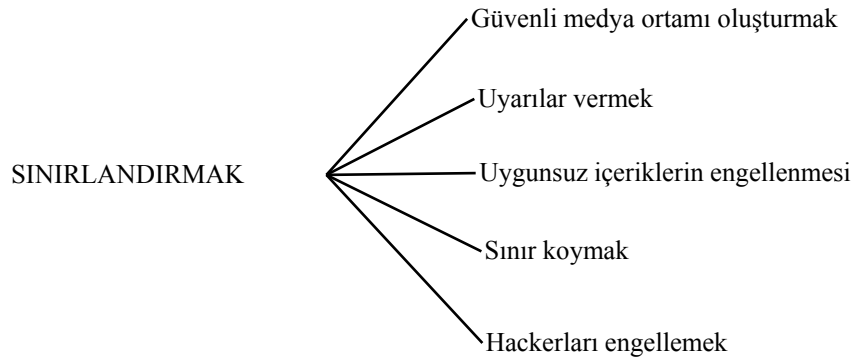
**4.1.3.4.1. Bilinçlendirme.** Öğrenciler medyadan sosyal medya konusunda onları birçok açıdan bilinçlendirmelerini beklemektedirler. Öğrenciler sosyal medyaya yönelik medyadan; gazete, dergi, ansiklopedi, kitap gibi basılı medyada bilinçlendirici yazıların olmasını, sosyal medyayla ilgili yaşanan olumsuzlukları medyada yansıtmasını, interneti açınca hatırlatıcı notların kendiliğinden çıkmasını, medyada sosyal medyaya yönelik kamu spotu yapılmasını, bilgilendirici dizi-reklam filmi yapılmasını, uzmanların konuşmasını, çocukları sosyal medya konusunda mizahla bilgilendirmesini, doğru medya kullanım bilinci vermesini, sevdikleri isimlerin medyada bilgilendirici konuşmalar yapmasını ve yayınların bir süresini bilinçlendirici videolara ayırmasını beklemekte ve önermektedirler:



Şekil 4.13. Bilinçlendirmek alt temasına ait kodlar

*Bilgisayarda virüslü resimler ya da bilmediğimiz yazılar çıkması yerine medyanın yararları ile ilgili yazılar ve resimler hazırlanmasını isterdim komik yazılar olmasını isterdim. Bilgilendirici resimler çıkarılması ve komik videolar hazırlanmasını isterdim. Medyanın o konu ile ilgili eğlenceli kitaplar yapmalarını İsterdim ve böylelikle işimiz çok daha kolay olurdu. Ö-9 Bunun için görsel medya mesela fotoğraf, televizyon kanalındaki videolar müzik kanalları bize beş-on dakika video izletebilirler. Buna benzer videolar hazırlayabilirler. Reklamalarda hiç değilse bi beş-on dakikalığına bu tür yayın yapabilirler. Uyarıcı video yapabilirler. Müzik kanalları da yapabilir hani bi beş on dakika müzik dinleyeceklerine hani müziğin ne faydası olabilir ki sadece eğlence başka bi anlamı olmaz. Bunların kurucuları mesela, kendileri bununla ilgili bize bilgiler verse... Görsel medya dışında basılı medyada gazete, dergi vb şeyler, sosyal medya ile ilgili mesela moda yerine, modayı zaten herkes her türlü yerden takip edebiliyoruz. Bununla ilgili kanallar var programlar var hani onların yanında hiç değilse de sosyal medya için bir köşe yazarı bir yazı yazabilir. Hani bunu çocuklar, anneler, öğretmenler, veliler okuyabilir. Anne babaların, öğretmenlerin hani çocukların başından geçen olayları ve sonunda karşılaştıkları sorunları anlatmalarını isterdim. Hani düştükleri hatalarını anlatmalarını isterdim. Ö-113*

**4.1.3.4.2. Sınırlandırmak.** Öğrencilerin sosyal medya kullanımı konusunda medyadan beklentilerinden bir diğeri ise, sınırlandırma alt teması başlığında ele alınmaktadır. Öğrenciler medyanın yapacağı bu sınırlandırmanın; güvenli sosyal medya kullanımı için zaman zaman uyarılar verilmesi, çocuklara uygun olmayan içeriklere ve kullanım süresine sınır koymasını, hackerlerin engellenmesini ve sonuç olarak güvenli medya kullanım ortamı oluşturması şeklinde bir beklenti içinde oldukları görülmektedir:



Şekil 4.14.Sınırlandırmak alt temasına ait kodlar

*Hımm güvenlik konusunda bize yardımcı olmalı. Mesela bir video var o videonun altında mesela bu video uygunsuzdur diye uyarmalı. Mesela internet sitesinde bir film izleyeceksin. O film 18 yaşından büyükler için. Özellikle uygun olmayan filmler izlenebiliyor internetten. 13 yaş üstü. Gerekirse 6 yaşındaki çocuklar bile izleyebiliyor. Onunla ilgili uyarı şeyi yapmaları lazım. Yaş şeyi yapmaları lazım. Yaşımıza göre izleyip izlememiz gerektiğini tavsiye etmeleri gerekir. İnternetin kurucuları mesela slayt türü ya da bir şeyler... Evet onlar hazırlayacaklar. Çünkü onlar bilmeli güvenlik şeyinin nasıl olacağını sosyal medyanın. Onlar bizde videolarda izlemeliyiz. Bence bu bize daha katkı sağlar medyanın. Ö-129 Medya çoğu zaman blogları kendisi, yani internet sayfalarında yerlere girdiğimizde bunlar zararlı gibi şekillerde, gazetelerde veya televizyonlarda reklamlarda bu yerlere yani tehlikeli yerlere girmeyin her yer iyi değil gibi uyarımlarla bizi iyi yöne çevirebilirler ve gazetede bizim ön sayfalarda köşe yazılarında bize bu bilgileri verebilirler. Yapılan bilgilendirmelerden de öğrenip bizim uzak durmamızı söyleyebilirler. Ö-126 Medyada şu hackerleri falan kaldırsalar. Böyle değişik uygulamalar çıkarıp onları böyle telefonlarımıza indirdiğimizde, onları böyle yapamayacak şekilde virüs atamayacak şekilde Mesela böyle şey olanları, bilgisayar heklere olanları, böyle aslında onların hesapları silinecek hiçbir şey yapamayacaklar. Bilgisayardan, onları böyle anayasaya yazacak böyle başka insanları rahatsız edenleri cezalandırılсын diye... O yüzden medyanın da bu durumda bize yardım etmesini istiyorum. Bu kadar... Ö-118*

## 4.2. Velilerin Gözünden Sosyal Medyanın Öğrenciler İçin Yarar ve Riskleri

### 4.2.1. Yararları

Sosyal medya paydaşlarından olan velilerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın



yararları teması ele alınmıştır. Veli ifadelerinden sosyal medyanın yararlarına ilişkin alt tema ve kodlar oluşturulmuş olup, kodların tekrar sayıları alt temalarla birlikte tablo halinde sunulmuştur. Sosyal medyanın öğrenciler için yararlarının velilerin gözünden araştırıldığı bu temada ortaya çıkan alt temalar; iletişim, eğlence-sosyalleşme, eğitime katkı, bilgi edinmek, hayatı tanımak, duyarlılık, varoluş ortamı ve hayatı kolaylaştırma şeklindedir. Aşağıda ortaya çıkan alt temaların her biri tek tek ele alınarak, veli ifadelerinden direkt alıntılarla yorumlanmıştır.

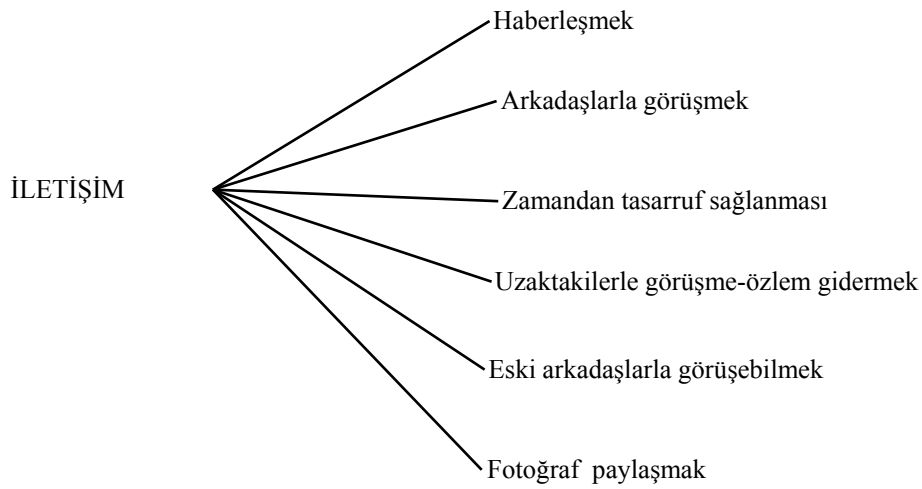
Tablo 4.4

*Velilerin Gözünden Sosyal Medyanın Yararları*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F	
<b>YARARLARI</b>	İletişim	<b>Haberleşmek</b>	<b>31</b>	
		Arkadaşlarla görüşmek	14	
		Zamandan tasarruf sağlaması	10	
		Uzaktakilerle görüşme-özlem göndermek	10	
		Eski arkadaşlarla görüşebilmek	6	
			Fotoğraf paylaşmak	2
	Hayatı kolaylaştırmak	<b>Dış mekâna bağımlılıktan kurtarması</b>	<b>23</b>	
		Okul gündemini takip kolaylığı	20	
		Hayatı kolaylaştırmak	18	
		Organize olma- grup olma kolaylığı	6	
		Paradan tasarruf sağlaması	3	
	Bilgi edinmek	<b>Kişisel gelişim ve derinleşmek</b>	<b>33</b>	
		Sınırsız bilgi kaynakları sunması	20	
		Gündemi takip	14	
	Varoluş ortamı	<b>Yorum yapma-fikirlerini paylaşmak</b>	<b>19</b>	
		Mutluluk vermesi-iyi hissettirmek	15	
		Özgür hissettirmek	10	
		Duygusal rahatlama yaşamak	8	
		İlgili mercilere sesini duyurmak	5	
	Eğitime katkı	<b>Eğitsel dokümanlara erişim-faydalanmak</b>	<b>29</b>	
		Akran eğitimine olanak sağlaması	7	
		Eğitsel materyal paylaşmak	7	
		Okuma-yazma becerisi geliştirmek	6	
		Teknolojiyi sevdirmeye -daha iyi kullanabilmek	3	
	Eğlence-Sosyalleşmek	<b>Oyun oynamak</b>	<b>11</b>	
		Eğlenmek	9	
		Arkadaş edinmek	7	
		Dost kazanmak	2	
	Hayatı tanımak	<b>Bakış açısını geliştirmesi</b>	<b>11</b>	
Kendini çevreyi dünyayı tanımak		5		
Kültürel farklılıkları tanımak		4		
Duyarlılık	<b>Empati kurmak</b>	<b>4</b>		
	Duyarlılık kazanma-yardımlaşmak	3		

**4.2.1.1. İletişim.** Sosyal medya paydaşlarından olan velilerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu araştırmada, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Veli ifadelerinden sosyal medyanın yararlarına ilişkin ifadelerinden hareketle iletişim alt temasına bakacak olursak,

öğrencilerin sosyal medyayı arkadaşlarla görüşmek-konuşmak, birbiriyle fotoğraf paylaşım meraklarını veya bazı doyumlarını tatmin etmek, yüz yüze ve dış mekânda görüşmenin bazen zaman almasından dolayı sosyal medyayla zamandan tasarruf sağlamak, uzaktakilerle görüşme-özlem gidermeye olanak sağlama, eski arkadaşlarla görüşebilme olanağı sunmak ve çevresiyle, dünyayla haberleşmeyi sağlamak-kolaylaştırmak açısından kullandıkları görülmektedir:



Şekil 4.15.İletişim alt temasına ait kodlar

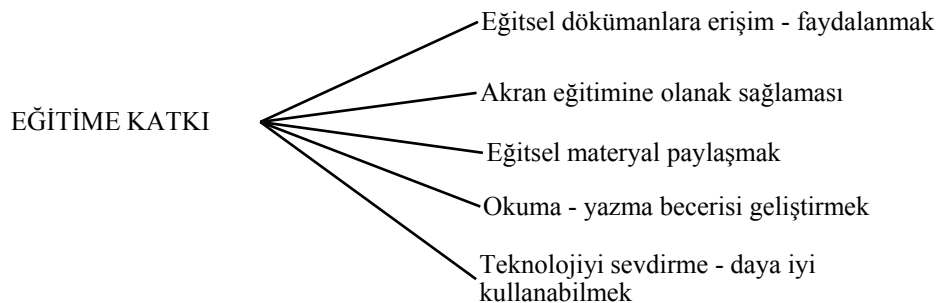
*Günümüz artık iletişim çağıdır. İnsanlar dünyanın her bölgesiyle rahatça sosyal medya üzerinden iletişim kurabilmektedir. Eski çağlarda insanlar güvercinlerle, duman gibi şeylerle haberleşirken, daha sonraları bunların yerini telefon, gazete, dergi, tv, radyo gibi şeyler almıştır. Günümüzde ise, internet ağı bütün dünyayı etkisi altına almıştır. Bunların günlük hayatımıza elbette olumlu, olumsuz etkileri vardır. Çocuğum üzerindeki etkileri birkaç başlık altında toplayabiliriz. Günümüzün en önemli iletişim araçlarından olan sosyal medya uzaktaki insanlarla iletişime geçme fırsatı sunmaktadır. Dünyanın dört bir yanındaki insanlarla tanışma kaynaşma imkânı sunuyor. Sınırsız bilgi kaynağı sunar çocuklara. Çocuklar orada eğlenceli güzel vakit geçirebiliyorlar. Uzaktaki arkadaşlarıyla çocuklar görsel ve işitsel iletişime geçebiliyor. Bilgiye hiç zorlanmadan ulaşabiliyorlar. V-4 Ders çalışmaktan sıkılan öğrencilere eğlence ve motive oluyor. Bazı güzel günlerde çekilen fotoğrafları sevdiği kişilerle paylaşma imkânı sunuyor. V-45*

**4.2.1.2. Eğlence- sosyalleşme.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için faydaları temasındaki diğer bir alt tema ise eğlence-sosyalleşme alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın öğrenciler için oyun oynama ortamı sunması

durumu velilerin zaman zaman işine yaramaktadır. Yaşantıları çoğunlukla apartman daireleriyle sınırlı olan çocukların sokakta oynama olanakları pek elverişli olmadığı durumlarda sosyal medya üzerinden oynanan oyunlar veliler için daha yararlı görülmektedir. Ayrıca veliler çocuklarının sosyal medya üzerinden eğlenebildiklerini, çünkü sosyal medya ortamında onların eğlenmesine olanak tanıyan birçok ortamın olduğunu belirtmektedirler. Ayrıca çocuklarının evde gözlerinin önünde sosyal medyada arkadaş edinebildiklerini ve bazen bu arkadaşlıkları dostluklara kadar gidebildiğine ve bu durumun çocuğun sosyalleşmesine katkı sağladığına değinmektedir:

*Mesela yaşına uygun oyunlar oynayabilir. Bu oyunları yaşına göre seçip oynayabilir. Bu yaşına göre seçtiği oyunlar hem yaşına hem de ruh düzeyine uygun olmuş oluyor. Ayrıca youtubedan hem eğlenceli hem de öğretici videolar izleyebilir. Böylelikle hem bir şeyler öğrenmiş hem de eğlenmiş olur. V-1 Öncelikle çocuğumun sosyalleşmesine yardımcı oluyor. Sosyal medyada aile grupları açılabilir. Tüm aile bunun sayesinde birleşir ve bir yandan da aile bağları kuvvetlenir. Sosyal medyada eğitici bilgiler de bulunur önemli olan doğru yerlerde doğru sosyal medya sayfasına bakmaktır. Bazen de eğitici zekâ oyunları oluyor, hem eğlenip hem zekâlarını geliştirebilirler. V-51 Arkadaşlarının bu şarkıyı dinledin mi dediği müziği hemen youtube'a girip dinler. Eskiden evimizde internet yokken sürekli canının sıkıldığını söylerdi. O yüzden internet almaya karar verdik. Sonra kızım bir kez bile "canım sıkılıyor" demedi. Zamanının çoğunu sosyal medyayı aktif kullanarak geçiriyor. V-11*

**4.2.1.3. Eğitime katkı.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için yararları temasındaki diğer bir alt tema ise, eğitime katkı alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın öğrenciler için; okuma-yazma becerisi geliştirmeye olanak sağladığı, çocukların evlerinden birbirinden birçok şeyi öğrendiklerini bunun da akran eğitimine olanak sağladığı, çocukların eğitsel materyal paylaşabildiklerini, eğitsel dokümanlara rahatlıkla erişip faydalanabildikleri ve böylelikle teknolojiye karşı olumlu tutum geliştiren çocuklarının teknolojiyi sevip daha iyi kullandıkları söylenebilir:



Şekil 4.16. Eğitime katkı alt temasına ait kodlar

*Günümüzün vazgeçilmezi olan internet bizim evimizde de mevcut. Bunlardan en çok bizim evde kullanılanı whatsapp, instagram ve youtube. Çocuklarım ödevlerinden habersiz olduğu zaman ya da rahatsızlanıp okula gelmedikleri zaman arkadaşlarından internet üzerinden bilgi alıyorlar. Anlamadığı konuları internette yayınlanan konu anlatımı videolarından ders eksiklerini tamamlıyorlar. Benim çocuğum bu sene gireceği Teog sınavında çıkmış soru tiplerini inceliyor. İnternette belirli sitelerde yayınlanan testleri çözüyorlar. Meb'in sitesinden yayınlanan deney ve etkinlikleri yaparak konuları pekiştiriyorlar. Benim kızım çoğu zaman kitaplarda yazılanı anlamadığından internette çalışıyor. Burada araştırma ödevlerini yapıyor. Görsel içerik bakımından zengin olan internet çocuğun anlamadığı konuları eğlenceli görsellerle sunuyor bu da çocuğunun hoşuna gidiyor. V-3*

**4.2.1.4. Bilgi edinmek.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için yararları temasındaki diğer bir alt tema ise bilgi edinmek alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın çocukları için; gündemi takip etme kolaylığı sağladığı, kişisel gelişim ve derinleşmesine olanak sunduğu ve çocuğun sınırsız bilgi kaynaklarına erişme imkânı elde etmesinden dolayı çocuklarının sosyal medya yardımıyla rahatlıkla bilgi edindiklerine değinmektedirler:

*Kızım için orası sınırsız bilgi kaynağıdır. Kızım boş vakitlerinde eğlenceli ve güzel vakit geçirebiliyor. Üstelik her türlü bilgi anında hızlıca ulaşıyor. Akrabalarımızla, dostlarımızla konuşuyor. Sosyal medya üzerinden kızım düşüncelerini rahatça dile getiriyor. Sosyal medya üzerinden kurulan sivil toplum örgütleri hakkında bilgi sahibi oluyor. V-18 Kızım alacağı kitapları önceden internet üzerinden inceleyebiliyor. İncelediği kitaplardan kendine uygun olanı seçiyor. İyi bir iletişim aracı olduğundan görüşemediği, konuşamadığı arkadaşlarıyla internet üzerinden konuşuyor. V-3 Sınırsız bilgi kaynağı sunar çocuklara. Çocuklar orada eğlenceli güzel vakit geçirebiliyorlar. Uzaktaki arkadaşlarıyla çocuklar görsel ve işitsel iletişime geçebiliyor. Bilgiye hiç zorlanmadan ulaşabiliyorlar. V-4*

**4.2.1.5. Hayatı tanıma.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için yararları temasındaki diğer bir alt tema ise hayatı tanımak alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın çocukları için; kendini-çevreyi- dünyayı tanıma açısından fayda sağladığı, çocuklarının kültürel farklılıkları ve zenginlikleri tanıyabildiklerini ve böylelikle bakış açısını geliştirmelerine yarar sağladığına inanmaktadırlar:

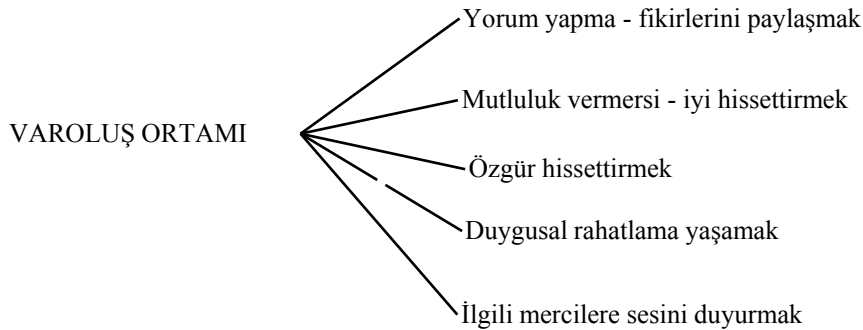
*İnsanlar bu ortamda fikirlerini paylaştığından bazen zıt fikirleri de öğreniyor. Böylece insanlar aynı şeyi düşünmezler. Bu şekilde çocuğum kendi fikirleri dışındaki fikirlerle ilgili de düşünebiliyor. Farklı bakış açısı oluyor. 'Acaba bu kişi doğru mu düşünüyor?' Veya 'bu fikir nasıl?' gibi soru işaretleri oluşuyor kafasında. V-29 Çocukların ufkunu açar. Bilimsel ve deneysel belgesellerin izlenmesi... çocukların araştırma yapma ve kendilerini geliştirme imkanı sunar. Ayrıca güncel olayları dakika dakika takip etme fırsatı verir. V-13 Dünyada olup bitenden haberdar oluyor. Çocuğumun aklına takılan merak ettiği her şeyi hem yazıp cevap buluyor biz bilmesek bile..ilgili yerlere sesini duyurmasını sosyal medyada öğreniyor. V-16*

**4.2.1.6. Duyarlılık.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için yararları temasındaki diğer bir alt tema ise, duyarlılık alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın çocukları için; sosyal medya ortamında rahatlama deşarj olma gibi

hislerin yanında, çevreye ve diğer insanlara karşı duyarlılık kazanma-yardımlaşma, başkalarının duygu, düşünce ve hislerine ortak olma imkânı sunması açısından faydalı olduğu söylenebilir:

*Ödevlerini bilmediği zaman arkadaşlarından öğrenebiliyor. Gündem hakkında bilgi sahibi olabiliyor. Okula gitmediği zaman arkadaşlarından deftere yazdıklarının fotoğrafını alabiliyor. Uzakta olan uzun zaman görüşemediği arkadaşlarıyla görüntülü konuşabiliyor. V-48. Kendi gibi düşünen arkadaşlar ediniyor. Bunlarla ortak paylaşımında bulunuyor. Çoğu bilgiyi sosyal medya hesaplarından öğrenme imkânı oluyor. V-29 Düşüncesini beğendikleri bir insanı takip edebilirler. Ve o insandan ilham alıp kendi düşüncelerini oluşturup ifade edebilirler. İlgi duydukları konularla ilgili araştırma yapıp bilgilerini arttırabiliyorlar. V-43*

**4.2.1.7. Varoluş ortamı.** Ergenlik dönemi çocukların kimlik kazanma, hayatı sorgulama ve var olma sürecinin yaşadığı dönemdir. Bu dönemin ortaokul sürecine denk gelmesi katılımcıların sosyal medyadan yararlanma amaçlarını da etkilemektedir. Nitekim bunu velilerin ifadelerinde de görebiliriz. Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için yararlarında çocuğun duygusal rahatlama yaşamasında, kendini özgür, mutlu ve iyi hissetmesinde ayrıca toplulukta fikirlerini paylaşma, yorum yapmasında ve vatandaş olarak zaman zaman ilgili mercilere sosyal medya üzerinden sesini duyurmasında faydalı olduğu anlaşılmaktadır:

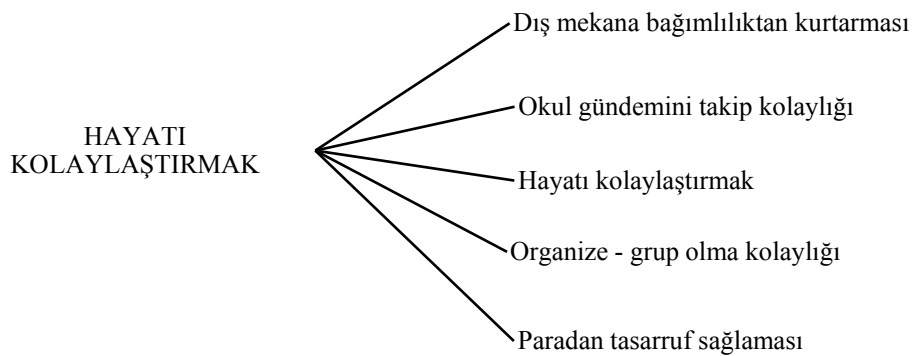


Şekil 4.17. Varoluş ortamı alt temasına ait kodlar

*Yararlı videolar izleyerek kendini geliştiriyor. Arkadaşlarıyla konuşuyor bazen ortak konularda fikir alışverişi yapıyor. Oğlum daha çok siyaset haberlerini takip ettiğinden güncel olayları öğrenmesinde yardımcı oluyor. Sosyal medya ayrıca oğlumun güncel olaylardan haberdar olmasını sağlıyor. Bu sayede oğlum fikirlerini geliştirip sosyal medya platformlarında görüşlerini rahatlıkla açıklayabiliyor. V-20 Wattpad diye kitap okuduğu bir uygulama var. Çok yararlı buluyorum. Bazen orada kendini bulduğu oluyor. Bu kızımı okumaya daha da teşvik ediyor. Aynı zamanda yazmaya da teşvik ediyor. V-5Çocuğumun aklına takılan merak ettiği her şeyi hemen yazıp cevap buluyor biz*

*bilmemek bile... İlgili yerlere sesini duyurmasını sosyal medyada öğreniyor. Örneğin bir bölgede elektrik kesintisi var, ilgili bakana twitter üzerinden hemen tweet atabiliyor. V-16*

**4.2.1.8. Hayatı kolaylaştırma.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için yararları temasındaki diğer bir alt tema ise, bilgi edinmek alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın çocukları için; okul gündemini takip kolaylığı sağlaması, çocuğu dış mekâna bağımlılıktan kurtarması, çocuğa sanal ortamda rahatlıkla organize olma- grup olma kolaylığı sağlaması ve tüm bunların sonucunda çocuğunun hayatını kolaylaştırması açısından yararlı görmektedirler:



Şekil 4.18.Hayatı kolaylaştırmak alt temasına ait kodlar

*Çocuğum için yararları ödevlerini internetten yapması... Whatsapp, facebook gibi sosyal medyalardan grup kurarak birbirinden haber alırlar. Uzakta olduğu kişilerle görüntülü konuşurlar ve sanki uzaktaki kişinin yanındaymış gibi olur. V-53 Çocuklarımız bazen hasta oldukları zaman derslerinden geri kalıyor. Bu yüzden facebook whatsapp tan arkadaşlarından ödevi varsa alabiliyor. O zaman da derslerinden geri kalmaz. Böylece hoca da çocuklarımızın notunu kırmaz. V-7 İnternet sayesinde ya parasının yeterli olmadığı ya da hiçbir yerde bulamadığı kitapları kolaylıkla bularak, okuyabilir. Whatsapp ve diğer uygulamaları kullanarak mesajlaşma uygulamalarında mesajlaşma hakkı olmamasına rağmen bu tür ödevleri arkadaşlarına sorma şansı bulabilir. V-9*

#### 4.2.2. Riskleri

Sosyal medya paydaşlarından olan velilerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın riskleri teması ele alınmıştır. Veli ifadelerinden sosyal medyanın risklerine ilişkin alt tema ve

kodlar oluşturulmuş olup, kodların tekrar sayıları alt temalarla birlikte tablo halinde sunulmuştur. Sosyal medyanın öğrenciler için risklerinin velilerin gözünden araştırıldığı bu temada ortaya çıkan alt temalar; psikolojik, hayatı zorlaştırma, kontrolsüz sosyalleşme, suça maruz kalma-yönelme, şiddete maruz kalma, sağlık-fiziksel ve değer yozlaştırma şeklindedir. Aşağıda ortaya çıkan alt temaların her biri tek tek ele alınarak, veli ifadelerinden direkt alıntılarla yorumlanmıştır.

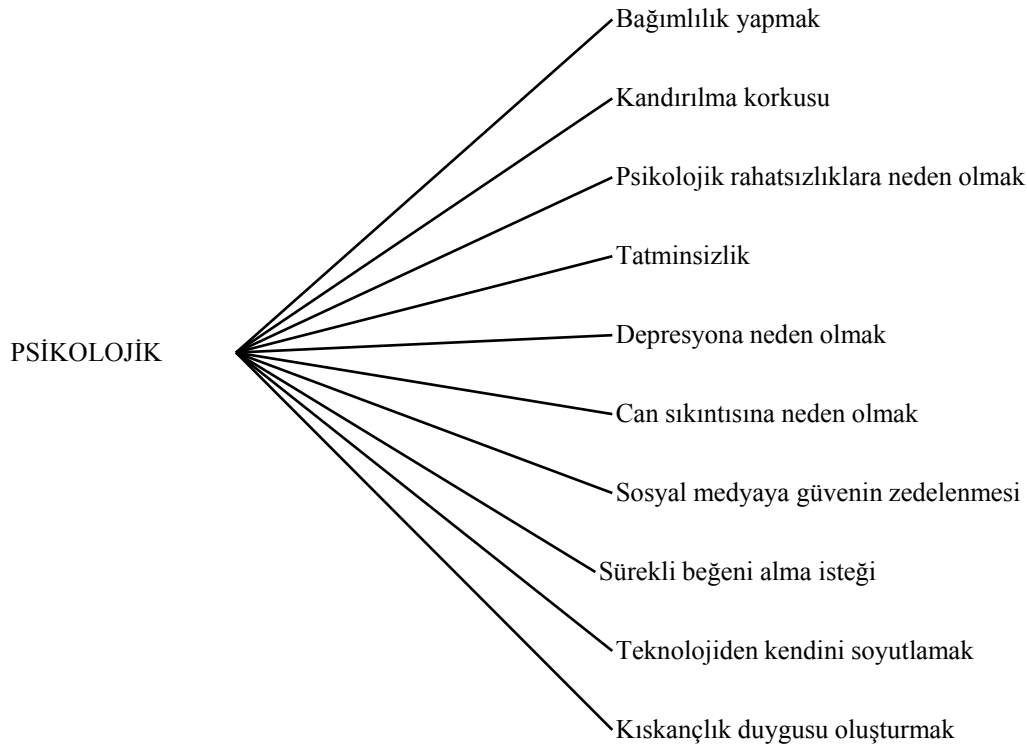
Tablo 4.5

*Velilerin gözünden sosyal medyanın riskleri*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
<b>RISKLERİ</b>	Psikolojik	<b>Bağımlılık yapmak</b>	<b>26</b>
		Kandırılma korkusu	18
		Psikolojik rahatsızlıklara neden olmak	14
		Tatminsizlik	7
		Depresyona neden olmak	6
		Can sıkıntısına neden olmak	5
		Sosyal medyaya güvenin zedelenmesi	4
		Sürekli beğeni alma isteği	4
		Teknolojiden kendini soyutlamak	4
		Kıskançlık duygusu oluşturmak	2
		Hayatı zorlaştırma	<b>Zaman kaybına neden olması</b>
	Günlük işleri aksatmaya neden olmak		11
	Yanlış bilgilerin yayılması-yanlış öğrenmek		10
	Ders başarısını düşürmek		9
	Ailesini zor durumda bırakmak		4
	Kontrolsüz sosyalleşme	Maddi kayıplara neden olmak	4
		<b>Kötü niyetli insanlarla arkadaş olmak</b>	<b>16</b>
		Çocuğu dış mekândan soyutlaması	13
		Asosyalleştirmek	10
	Suça maruz kalma-yönelme	Seçicilikten uzak bir şekilde arkadaş edinmek	8
		<b>Siber zorbalık</b>	<b>14</b>
		Kişisel bilgilerin başkasının eline geçmesi	7
		Başı belaya girmek	6
		Hukuksal sorunlara neden olması	6
	Şiddete maruz kalma	Madde bağımlılığına özendirme	2
		<b>Yaşına uygun olmayan içeriğe maruz kalmak</b>	<b>19</b>
Oyunlardaki şiddet		7	
Sağlık-fiziksel	Küfür hakaret edilmesi ve öğrenilmesi	6	
	<b>Fiziksel rahatsızlıklara neden olması</b>	<b>22</b>	
Değer yozlaştırma	Obeziteye neden olmak	3	
	<b>Aile ilişkilerinin zedelenmesi</b>	<b>4</b>	
	Yalan söylemeye neden olmak	1	
	Değer yargılarını yozlaştırmak	1	

**4.2.2.1. Psikolojik.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, psikolojik alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın çocukları için; orada yaşadıkları sıkıntılardan dolayı depresyona neden olduğu bulgusuna ortaya çıkmıştır. Çünkü sosyal medyada Kandırılma korkusu oluşabiliyor. Veya akranlarıyla sosyal medyada bir paylaşım yarışı içine girebiliyorlar. Bu

durum çocuklarda sürekli beğeni alma isteği, memnuniyetsizlik-tatminsizlik ve kıskançlık duygusu oluşturabilmektedir. Özellikle gittikçe çocuğu kendine bağlayan özellikleriyle sosyal medyanın bağımlılık yaptığı ve bunun sonucunda çocuğun birçok işini aksatması durumu oluşuyor. Ayrıca bu yüzden ailesiyle sorun yaşaması çocukta can sıkıntısına, psikolojik rahatsızlıklara, sosyal medyaya güvenin zedelenmesine ve çocuğun kendini teknolojiden tamamen soyutlamasına neden olabilmektedir:

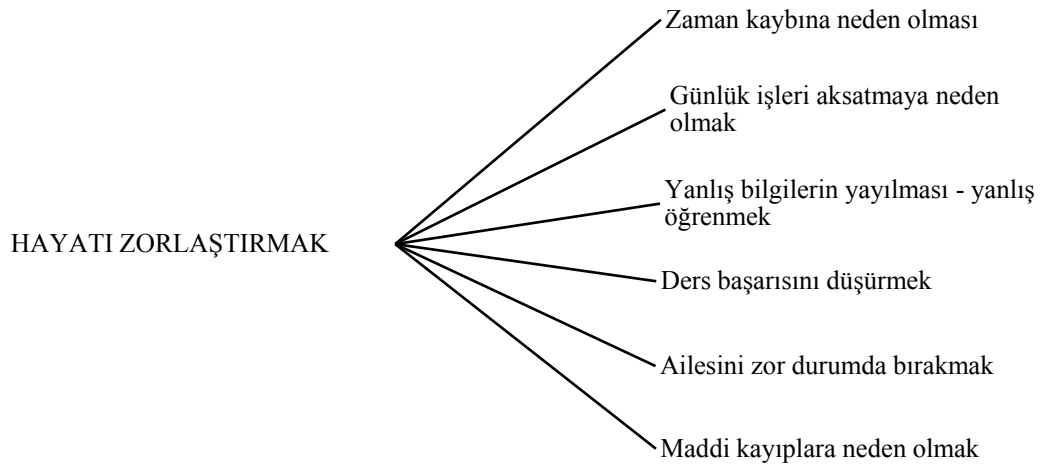


Şekil 4.19. Psikolojik alt temasına ait kodlar

*Bence riskleri çok fazla çünkü yemeğe çağırdığımızda çocuğu sofraya zor oturtuyoruz. Bilgisayarın başından kalkıp gelmiyor. Biz bilgisayarın yani sosyal medyanın çocuğumuzda bağımlılık yaptığını düşünüyoruz. Bütün dünyayla ilişkilerini kesmiş oluyorlar, başına oturduklarında. Nedeni bağımlılık olduğu için...Yani bütün dünyayla ilişkilerini kesmiş oluyor. V-17 Bence en büyük sorun bilinçsiz kullanılmasıdır. Özellikle beğenilmek için çok kullanıyor çocuklarımız. Kendinin çok beğeni aldığını görünce mutlu oluyor. Bu da onun sosyal medyaya daha da bağımlı olmasına neden oluyor. Bağımlı oldukça aileden bizden daha da uzaklaşıyor. Sosyal medyayı kullandığında zaman sorunu yaşıyor. İşlerini aksatıyor. Yemek yemeyi bile aksattığı oluyor. V-18 Özellikle whatsapp çok takıldığı için sürekli telefon elinde kalkıyor. Biri bir şey gönderdi mi diye. Sürekli bir beklenti var. İnternet ortamında diyelim bir dersle ilgili araştırma yapacak ya da videoya bakacak ya da bakıyorum o sayfaların yanında bir yandan da faceden falan arkadaşlarıyla muhabbete dalmış. Kısacık bir ödevi yapması saatler sürüyor. Ödev bahanesiyle çaktırmadan sosyal medyaya giriyor. Bu durumunda onda artık engellenemez bir hal alıyor. Onda bağımlılık yapmasından korkmuyorum değilim. V-6*



**4.2.2.2. Hayatı zorlaştırmak.** Sosyal medyanın velilerin gözünden öğrenciler için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, psikolojik alt temasıdır. Veli ifadelerine bakıldığında sosyal medyanın çocukları için; zaman zaman bilinçsiz kullandıklarından maddi kayıplara neden olabildiğinden, günlük işlerini aksatmaya neden olabildiğinden, ders başarısında düşme yaşanmasına, çok fazla zaman kaybına neden olmasına, yanlış bilgilerin yayılması-yanlış öğrenmelere ve en önemlisi de ailesini zor durumda bırakmasına neden olduğunu ifade etmektedirler:



Şekil 4.20. Hayatı zorlaştırmak alt temasına ait kodlar

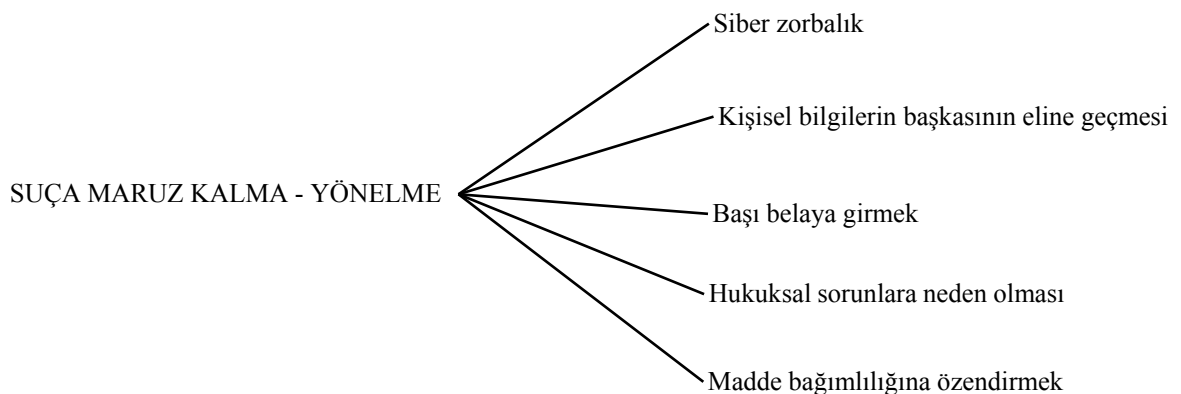
*Kızım okula gitmediğinde sosyal medyadan ödevlerini öğreniyor ve arkadaşlarıyla haberleşiyor, ancak sosyal medyayı bir açtığında orada en az birbuçuk iki saat arkadaşlarıyla konuşmaya dalgıncı. Bazen kendini o kadar kaptırıyor ki odasını toplama, gelip yemek yeme gibi işleri aksatıyor. Ödevimi yaptım deyip geceleri geç saate kadar başında durup, oyun oynuyor. Bazen masaiüstü bilgisayardan oyun oynarken uyuyakalıyor orada. Youtube a girip orada 2-3 saat dizi film ve yarışma programları izliyor. Müzik dinlerken bi müzikten diğerine geçiyor, bu da ona çok zaman kaybettiriyor. Kulaklı bazen dinliyor, ama çok yüksek sesle dinliyor, yavaş yavaş kulaklarında ağır işitme olduğunu görüyorum. Evde sıkılmasın üzülmesin diye girmesine izin veriyorum. Çok fazla ekrana baktığı için gözlerinin rahatsızlanmasından korkuyoruz. Online oyun sitelerini çok sevdiğinden orada çok zaman harcıyor. Oyun oynarken oyunu kazanana kadar ya da en iyisi olana kadar oyunu bırakmıyor. Tabi bu da onun saatlerini orada geçirmesi oluyor. V-11*

**4.2.2.3. Kontrolsüz sosyalleşmek.** Sosyal medya ortaokul öğrencilerinin zaman zaman sosyalleşmesine fayda sağlarken, bazen de sanal ortamda bu sosyalleşme kontrolsüz bir şekilde gerçekleşerek, öğrenci için risk oluşturarak, onun için kötü sonuçlar doğurabilmektedir. Nitekim veli ifadelerinden hareketle sosyal medya ortamında

kontROLSÜZ sosyalleşmenin gerçekleştiği ve bu durumun da öğrenciler için risk faktörü oluşturduğu söylenebilir. Örneğin velilerin gözünden sosyal medya mecralarında; kötü niyetli insanlarla arkadaş olma, seçicilikten uzak bir şekilde arkadaş edinme, kontROLSÜZ sosyalleşme sonucu oluşan risk faktörlerinin çocukları için olduğu belirtilmiştir:

*Ülkemizin her bölgesinde güzel ve iyi niyetli insanlar var olsa da kalpleri kötülük dolu olanları da görmek mümkün. Çocuğumuzun iyi insanı tanuması ve mesafeyi iyi ayarlaması gerekir. Bunun tam tersi bir durumda onun için tehlike doğurabilir. Son zamanlarda terör olayları aldı başını gidiyor. Onun yaşındaki çocukların akıllarını yıkayıp onlarla gitmeleri için ellerinden gelenleri yapıyorlar. Bu yüzden onun için en doğru şekilde bu sitelere girmesine izin veriyoruz. Bu gibi sitelerde her türlü reklamın altına ya da gösterim sürecindeki bölümlerin içinde uygun olmaya kısımlar da yerleştiriliyor. Çocukları kız ve erkek ayrımı yapmaksızın tanışma vaadiyle kandırabiliyorlar. Ya da sohbeti biraz daha ilerlettikten sonra Whatsapp'tan ekleyip sapıklık yapmaya kadar bu durum gidebiliyor. Facebook, instagram gibi uygulamalardaki hesaplarını kolaylıkla çalabiliyorlar hatta çocuğumuzun haberi olmadan onlar adına paylaşımlarda bile bulunabiliyorlar. Bizim başımıza da benzer bir durum geldi. Kızımın Facebook hesabı da çalındı. Ama diğer arkadaşlarından rica edip çalınan hesabı şikâyet ettirip kapattırdık. Bunu fark etmeseydik daha farklı sonuçlarla da karşılaşabilirdik. Bizim gibi bu tür olaylarla karşılaşarak fark etmeyen çok insan var. Onlar mecbur bir şekilde bunun sonuçlarına katlanmak zorundalar. Bunun gibi sosyal ağlar bilinçsiz kullanıldığında çok farklı sonuçlar oluşabilir. V-9*

**4.2.2.4. Suça maruz kalma-yönelmek.** Sosyal medyanın velilerin gözünden çocukları için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise suça maruz kalma-yönelme alt temasıdır. Veli ifadelerinde görüldüğü gibi sosyal medyanın çocukları için; kişisel bilgilerin başkasının eline geçmesi, başının belaya girmesi, siber zorbalığa maruz kalması, madde bağımlılığına özenmesi ve hukuksal sorunlara neden olması açısından risk oluşturmaktadır. Veli ifadelerinde en fazla vurgulanan kod siber zorbalığa maruz kalma iken, en az vurgulanan kod ise, madde bağımlılığına özenmesi şeklindedir:



Şekil 4.21. Suça maruz kalma-yönelme alt temasına ait kodlar

*Onun adına bir hesap açtıklarında moralinin bozulması, psikolojisinin bozulması, paylaştığı fotoğraflarla kötü sayfalar açıp, orada kötü amaçla paylaşımları, paylaştığı fotoğrafları yabancı kişilerin kendi profil resmi yapmaları, şifresinin bir başkasının eline geçmesi, şifresinin bir başkasının eline geçmesi sonucunda bu kişilerin çocuğum adına paylaşımlarda bulunması, onun adına arkadaşlarına kötü mesajlar yazması, bu çocuğun psikolojisini bozar. V-48 Çocuklar bazen safça sosyal medyadaki her şeye inanmaktadır. Kötü arkadaş ortamı kurabilirler. Bu da aklıma direkt kötü madde bağımlılığı ve bunları satan insanları getirmektedir. Bu arkadaşlar yüzünden kötü yola düşebilir çocuklarımız. Nede olsa "üzüm üzüme baka baka kararır" demiş atalarımız. Bir de çocukları kaçırmak isteyen insanlar... Böyle örnekler çok facebooktan tanışıp sonra onu bir yere çağıran kısaca sosyal medya insanları çok etkiledi. V-29*

**4.2.2.5. Şiddete maruz kalmak.** Sosyal medyanın velilerin gözünden çocukları için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise şiddete maruz kalma alt temasıdır. Veli ifadelerinden anlaşıldığına göre veliler, sosyal medyanın çocukları için şiddete maruz kalma konusunda risk taşıdığına değinmektedirler. Çocuklar sosyal medya kullanırken, sanal bir sürecin içerisinde olduğu için, gördükleri şiddet türü de buna uygun bir boyut alıyor. Bu sanal şiddet zaman zaman dozunu kaçırarak gerçek hayata taşınarak fiziksel şiddete dönüşmenin yanında, daha çok sözel, görsel ve duygusal boyutlarda kendini göstermektedir. Nitekim veli ifadelerine baktığımızda öğrencilerin sosyal medya mecralarında sıklıkla sanal oyunlar oynarken şiddet öğelerine maruz kaldıkları ve bu oyunların tanıdık tanımadık arkadaşlarca oynanmasıyla birlikte bu ortamlarda çok fazla küfür ve hakaret edilebilmesi ve bu içeriğin tüm çocuklarca öğrenilmesi ve özentiye yol açmasının yanında çocukların rastgele girdiği sitelerde yaşına uygun olmayan görüntülere- ki bunlar şiddet, cinsellik, korku, aşırı dram barındıran şekilde- maruz kalması çocukların sosyal medya ortamında şiddete maruz kalmaya yönelik birçok risk faktörüyle karşılaştığını göstermektedir. Veliler tarafından en çok vurgulanan risk, yaşına uygun olmayan şiddete maruz kalma kodu iken, en az vurgulanan kod ise, küfür hakaret edilmesi ve öğrenilmesi şeklindedir:

*Uygunsuz reklamlar, içerikler çocuklarımızın dikkatini çekmek ve uygunsuz siteler çocuğumuzun ahlakını bozmaktadır. Bazen burada kötü alışkanlıklar edinmektedir. Bazen verilen kötü içerikli mesajlar çocuklarımız için büyük risk taşımaktadır. V-15 Çocuklar aşırı şiddet içerikli oyunlar yüzünden şiddete karşı artık duyarsızlaşıyor. Normal geliyor. V-21 Sosyal medyanın yararları kadar zararları da vardır. Mesela sosyal medyada kötü amaçlı kişiler olabiliyor. Bu gibi kişiler çocuğuma kötü örnek olabilirler. Bazen küfürlü konuşarak, bazen uygunsuz video ve fotoğraf paylaşarak ve bazen de kötü yorumlar yaparak çocuğuma kötü örnek olabilirler. V-51*

**4.2.2.6. Sağlık-fiziksel.** Sosyal medyanın velilerin gözünden çocukları için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise sağlık-fiziksel alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın çocuklarının sağlıkları konusunda risk taşıdığı söylenebilir. Aşağıda veli ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal medyada vakit geçirmek öğrenciler için o kadar

çekici ki sağlıkla ilgili fiziksel birçok sorunla karşılaşmalarına rağmen sosyal medyadan kopamadıkları velileri tarafından belirtilmiştir. Bu durum hem onlarda bağımlılık olduğunu gösteriyor, hem de ailelerin bu konuda yeteri kadar bilinçlenmeyip çocuklarını da bu konuda bilinçlendirmedini göstermektedir. Özellikle çocuklarda sosyal medya başında fazla zaman harcaınca vücutlarında uyuşma, bel ağrısı, göz ağrısı-bozulması, baş ağrısı vb. sağlıkla ilgili birçok problemin baş gösterdiği görülmektedir. Bilgisayar, tablet, telefon ve internete bağlanabilen diğer cihazlarla çocuklar uzun süre hareketsiz kalarak vakit harcamaları, erken yaşta obez olma risklerini beraberinde getirmektedir:

*Bel ağrısına neden olur. Göz sorunlarına neden olur. Her şeyden soğuyabilir. Yemek yememeye başlar. Dışarı çıkmamaya başlar. Ödev yapmamaya başlar. Bir süre sonra sosyal medyaya virüs bulaşabilir. Gece uykuları bozulur. Hiç uyumamaya başlar. Okula gitmemeye başlar ve devamsızlıkları artar. Belki de sınıfta kalabilir. V-30 Göz ve bel rahatsızlıkları ortaya çıkabilir. Bilgisayarın başında uzun süre kaldıklarından hep fast-food tüketiyorlar. Bu da onları obez yapabilmektedir. Ayrıca bel, göz gibi rahatsızlıkları bazen oluşturuyor. V-2*

**4.2.2.7. Değer yozlaştırmak.** Sosyal medyanın velilerin gözünden çocukları için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, değer yozlaştırma alt temasıdır. Veli ifadelerinden hareketle sosyal medyanın çocukları tarafından aşırı veya bilinçsiz kullanımı birçok problemi beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın aile bireylerinin hayatlarına girmesiyle zaten kısıtlı olan bu zaman aile ilişkilerinde ve bağlarında kopmalara neden olabilmektedir. Özellikle ailelerin bilinçsiz hareket etmeleri, çocuğu sosyal medya kullanmaya daha çok itmesi, zaten ergenlik çağında olan çocuklar için kendilerini yalnız hissetmelerine ve aileden kopuk yaşamalarına neden olabilmektedir. Çocuklar bazen çok önemli sorunlarını anne baba yerine sanal ortamda tanıştığı kişilerle paylaşabilmekte, hata ailesine yalan söyleyebilmektedir. Ayrıca sosyal medyada kontrolsüz bırakılan çocuk, değer yargılarında yozlaşmaya sebep olmakla çocuk ve aile için önemli bir risk faktörü olmaktadır:

*Bir konuyla ilgili yalan yanlış bir sürü bilgi çocukların karşısına çıktığından kafaları karışabiliyor. Çok uzun süre orada vakit geçirince bağımlı olabiliyorlar. Bizlerle iletişimle azalıyor. Daha çok sosyal medya odaklı yaşıyorlar. Yaşları küçük olduğu için dolandırıcılık veya sahtekârliğe maruz kalabiliyorlar. Bi de bazı zararlı sitelere girince ruh sağlıkları bozulabiliyor. V-24 Kötü amaçlı insanlarla tanışması... Orada gördüğü şeyleri evde uygulaması (kötü örnek). İnternetteki bazı olaylardan yazılardan etkilenmesi... V-46. Paylaşılan bazı fotoğraf ve yazıların kötü alışkanlıklara yol açması... İnternette tanışılan arkadaşların zararlı olabilmesi... Burada çok vakit geçirmeleri... Ödev ve ders çalışmayı unutup sosyal medyaya bağlanmaları. Sosyal medyaya kapılıp aile ilişkilerini en aza düşürmeleri... V-45*

### 4.2.3. Öneriler

Sosyal medya paydaşlarından olan velilerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu araştırmada, velilerin önerileri teması ele alınmıştır. Veli ifadelerinden sosyal medyaya ilişkin kendisine, öğrencilere, öğretmenlere ve medyaya yönelik önerilerine ilişkin alt tema ve kodlar oluşturulmuş olup, kodların tekrar sayıları alt temalarla birlikte tablo halinde sunulmuştur. Sosyal medyanın öğrenciler için yararlar ve risklerine yönelik veli önerilerinin sunulduğu bu temada ortaya çıkan alt temalardan kendisine yönelik; temkinli olmak, rehber olmak ve sınırlandırmak öğrencilere yönelik; sosyalleşmek, bilinçli hareket, sınırlandırmak ve temkinli olmak öğretmenlere yönelik; eğitime entegre, rehberlik ve anlayış medyaya yönelik; bilinçlendirme, sınırlandırma ve rehberlik şeklindedir.

Tablo 4.6

#### *Velilerin önerileri*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
<b>KENDİSİNE</b>			
<b>Temkinli yaklaşmak</b>			<b>28</b>
Temkinli olmak		Bağımlı olmasına engel olmak	13
		Evde çocuğa zaman ayırmak	3
<b>Rehberlik etmek</b>			<b>23</b>
Rehber olmak		Sosyal hayata ve aktivitelere zaman ayırmaya teşvik	6
		Faydalı bilgi ve dokümanlara yönlendirmek	3
<b>Sosyal medyadan uzak tutmak</b>			<b>9</b>
Sınırlandırmak		Yarar ve risklerini anlatmak	6
		İçten denetimli olmaya teşvik	4
		Herkesle arkadaş olmamak	4
		Kötü alışkanlıkları olanlarla arkadaş olmamak	3
<b>ÖĞRENCİLERE</b>			
<b>Temkinli kullanmak</b>			<b>24</b>
Temkinli olmak		Burada daha az vakit geçirmek	20
		Risklerine dikkat etmek	17
		Gizlilik- güvenliliğe dikkat etmek	12
		Bağımlı olmaktan kaçınmak	9
		Siber zorbalıktan korunma-uzak durma	6
		Yaşanan kötü olaylardan ders almak	4
<b>Bilinçli kullanmak</b>			<b>20</b>
Bilinçli hareket		İçten denetimli olmak	19
		Ölçülü olmak	13
		Akademik amaçlı kullanmak	12
		Kişisel gelişim ve derinleşme amaçlı kullanmak	10
		Ailesine güvenmek	5
		Öncelikle rehber eşliğinde kullanmak	3
		Bilgi ve tecrübesini arttırmak	3
<b>Sosyal medyadan uzak durmak</b>			<b>16</b>
Sınırlandırmak		Ailenin koyduğu kurallara uymak	12

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
		Kötü içeriklerden uzak durmak	12
	Sosyalleşmek	<b>Sosyal aktivitelere daha çok zaman ayırmak</b>	<b>13</b>
		Aileye daha çok zaman ayırmak	3
<b>ÖĞRETMENLERE</b>			
		<b>Uyarmak</b>	<b>42</b>
		Rehber olmak	36
		Yarar ve risklerini anlatmak	31
		Aktif kullanıcılar olmak	16
		Bağımlılık azaltıcı aktiviteler yapmak-yönlendirmek	14
		Seminerler yapmak	13
		Sosyal medya grupları kurup bilinçlendirme yapmak	11
		Konuyla ilgili materyaller hazırlamak	11
		Örnek olmak	8
	Rehberlik	Aileyle ortak hareket etmek	5
		Sosyal medya farkındalık eğitimi vermek	6
		<b>Medya okuryazarlığı eğitimi vermek</b>	<b>13</b>
	Eğitime entegre	Sosyal medyayı derste kullanmak	12
		Eğitsel faaliyetlere sosyal medyadan devam etmek	5
	Anlayış	<b>Empati kurmak</b>	<b>7</b>
		Güven vermek	2
<b>MEDYAYA</b>			
		<b>Güvenli medya kullanım ortamı oluşturmak</b>	<b>25</b>
		Sınır koymak	17
		Yasak -sansür koymamak	16
		Uyumsuz içeriklerin engellenmesi	12
	Sınırlandırmak	Uyarılar vermek	12
		Gereksiz çıkan bilgileri engellemek	3
		<b>Bilgilendirici dizi-reklam filmi yapılması</b>	<b>16</b>
		Doğru medya kullanım bilinci	14
	Bilinçlendirme	Doğru bilgiler verilmek	7
		Kamu spotu	5
	Rehberlik	<b>Çocuklara uygun eğitici sitelerin olması</b>	<b>11</b>
		Doğru medya kullanım bilinci oluşturmak	9

#### 4.2.3.1. Öneriler-kendisine.

**4.2.3.1.1. Temkinli olmak.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik kendisine yaptıkları önerilerden temkinli olmak alt teması ele alınmıştır. Araştırmaya katılan bazı veliler sosyal medyanın çocuklarının hayatında ciddi bir yer edindiğinin farkında olup, sosyal medyaya temkinli yaklaşmaya çalışmaktadırlar. Bunun için evde çocuklarına zaman ayırıp, onlarla sohbet ederek ve farklı aktiviteler yaparak çocuğunun bağımlı olmasını engellemeye çalıştıkları veli ifadelerinden gözlenmektedir:

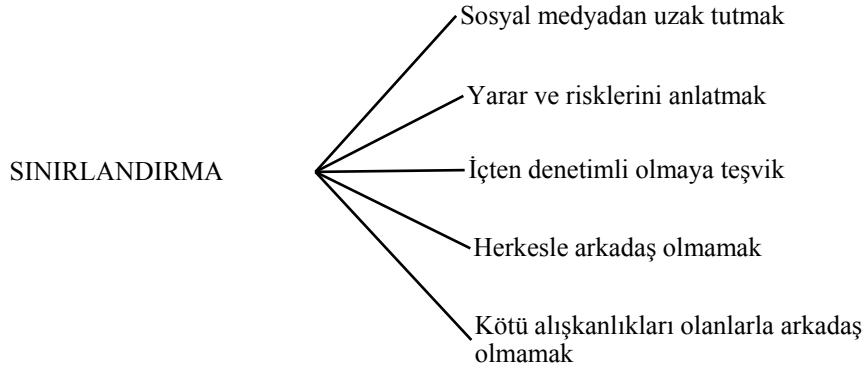
*Çocuğumu gözetimim altında tutuyorum. Hangi sitelere girmiş onları takip ediyorum. Hangi kişilerle arkadaşlık yaptıklarını takip ediyorum. Belirli saatlerde girmelerine izin veririm. Saatimin dışına çıkamazlar. Geç saatlere kadar sosyal medyada dolaşmalarına izin vermem. İnternetteyseler arada bir çaktırmadan yanlarına gidip bakarım. Hangi sitelerde ne yapıyorlar diye... Elimden geldiğince*

*onları korumaya çalışıyorum. Sosyal medyanın risklerinden. Daha çok yararlarından faydalanmalarını sağlamaya çalışıyorum. V-2 Ona ayıracağımız zamanda ailecek sohbet etmeye ve film izlemeye çalışıyoruz. V-12*

**4.2.3.1.2. Rehber olmak.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik kendisine yaptıkları önerilerden rehber olmak alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda çocuklarına rehberlik etmeye, çocukları faydalı bilgi ve dokümanlara yönlendirmeye, onların sosyal hayata ve aktivitelere zaman ayırmasına ortam hazırlama çalışmaktadırlar. Veli ifadeleri dikkate alındığında en fazla rehberlik etmeye çalıştıkları söylenebilir:

*Ben evde sosyal medyanın bağımlılığını azaltmak için program yaptım. İki çocuğum da buna göre ders çalışıyor. Bu saatler dışında ödevleri acil olunca da hak veriyorum. Ama bir program yaptığımdan dolayı facebook'a girmesi belirli bir süre ile sınırlıdır. Çocuklarımın bağımlı olmasını önlemek için onlara eğitici oyunlar alırım ve oynarım. V-20 Çocuğumun yararlı sitelere girmesini öneriyorum. Her zaman çocuğumu uyarıyorum. Bu konuyla ilgili bazen çocuğuma kitap alırım. V-24 Çocuklara yararlı bilgi verici oyunlar oynatıyorum arada. Veya internetten zekâ geliştirici çocuk gelişimini etkileyen oyunlar açıyorum. V-31*

**4.2.3.1.3. Sınırlandırmak.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik kendisine yaptıkları önerilerden sınırlandırma alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda çocuklarını sosyal medyadan uzak tutmaya çalışmakta, çocuklarının herkesle ve kötü alışkanlığı olanlarla arkadaş olmasını engellediği, çocuğunun sosyal medya konusunda içten denetimli olmaya teşvik ettikleri ayrıca çocuklarına sosyal medyanın yarar ve risklerini anlatmaya çalıştıkları söylenebilir:



Şekil 4.22.Sınırlandırmak alt temasına ait kodlar

*Çocukların uyku düzenine gerektiği vakitlerde müdahale edip, onların dinç uyanmasını ve sağlıklarında sıkıntı olmamasını sağlıyoruz. İnternette geçirilen vakit için kısıtlama getiriyoruz. Böylece hem iletişim kurabiliyor hem de onlara tüm hayatın internette olmadığını gösteriyoruz. V-10 Ben en çok facebookta herkesle arkadaş olmamasına dikkat ediyorum. Çünkü her insan farklı amaçlarla onu kullanıyor. Kötü amaçlı insanların oralarda çocuğuma zarar vermemesi için dikkatli kullanmasını istiyorum. Evde bu konuda daha bilinçli olan abisinin eşliğinde kullanmasını istiyorum. Çünkü ben de bu konuda yeterli bilgiye sahip değilim. Bi de çocuğumun herkesten gelen abuk sabuk bildirimleri görmesini istemem ne doğru ne yanlış karar veremiyor. Öyle olunca doğru yanlış demeden orada gördüğü birçok şeyi onaylıyor, taklit ediyor veya yapmaya çalışıyor. V-7*

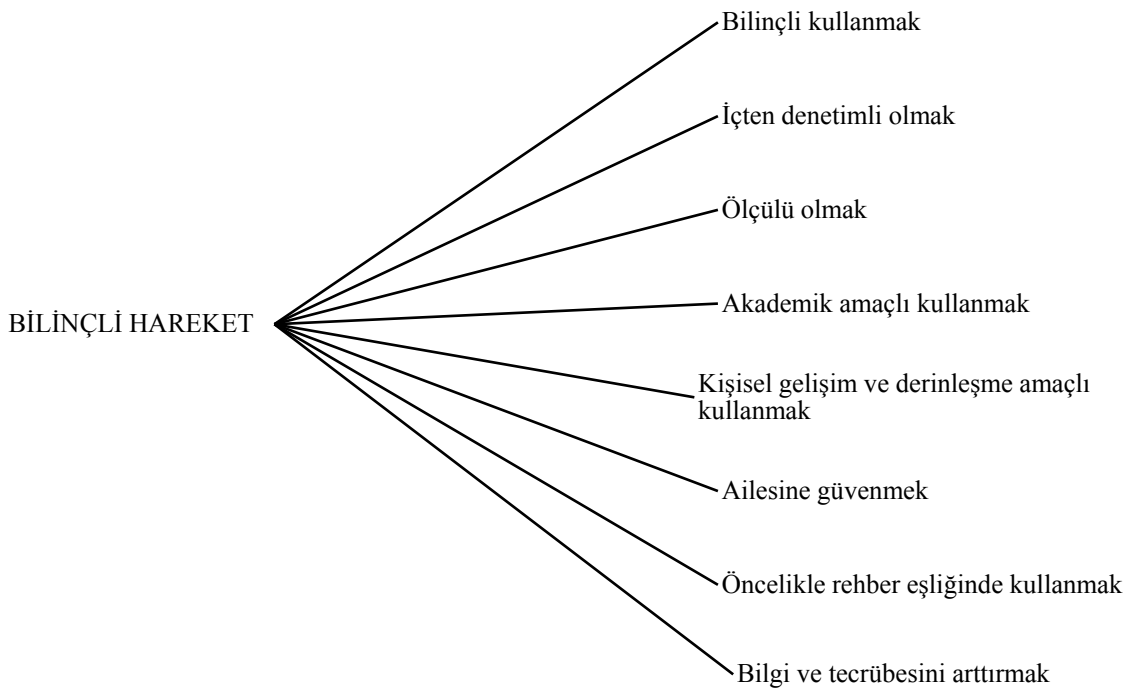
#### 4.2.3.2. Öneriler-öğrencilere.

**4.2.3.2.1. Sosyalleşmek.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik çocuklarına yaptıkları önerilerden sosyalleşmek alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda çocuklarına sosyal aktivitelere daha ve ailesine daha çok zaman ayırmalarını önermektedirler:

*Bir kere beklentilerimi karşılamalarını isterim. Boş zamanlarında internet başında değil, dışarda sosyal aktivitelerle zaman geçirmesini isterim. Sosyal medyayı sadece oyun oynamak için değil, kendilerine faydalı olacak diğer işler için de kullanmasını isterim. Sosyal medyayı yarım saatten az kullanmalarını isterim. Sosyal medyada kendilerine yararlı olmayan şeylere zaman harcamalarını istemem. V-16 Sosyal medyayla ilgilendiği kadar dış ortamla da ilgilenmesini... Sosyal medyayla gerektiği kadar ilgilenmesini, derslerine çalışmasını, insanlarla kavgaya etmemesini, sosyal medyada kötü konuşmamasına, kötü fotoğraflar paylaşmamasına dikkat ediyorum. V-48 Sosyal medyada az vakit geçirmesini ve sohbet ettiği kişilerin tanıdığı kişiler olmasını isteriz. V-42*



**4.2.3.2.2. Bilinçli hareket.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik çocuklarına yaptıkları önerilerden bilinçli hareket alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda daha bilinçli kullanmayı, sosyal medyayı kullanırken ölçülü ve içten denetimli olmayı önermektedirler. Ayrıca sosyal medyayı kullanmaya başlarken öncelikle rehber eşliğinde kullanmak, bilgi ve tecrübesini sürekli arttırmayı tavsiye etmektedirler. Çocuklarının sosyal medyayı akademik ve kişisel gelişim ve derinleşmek amaçlı kullanmasını beklemektedirler. Özellikle sosyal medyada yaşadığı olumlu olumsuz olayları ailesine güvenip öncelikle ailesiyle paylaşımlarını beklemektedirler. Bilinçli hareket alt temasında veliler tarafından en fazla tekrarlanan kod bilinçli kullanmak olurken, en az tekrarlanan kod ise, rehber eşliğinde kullanmak olmuştur:



Şekil 4.23. Bilinçli hareket alt temasına ait kodlar

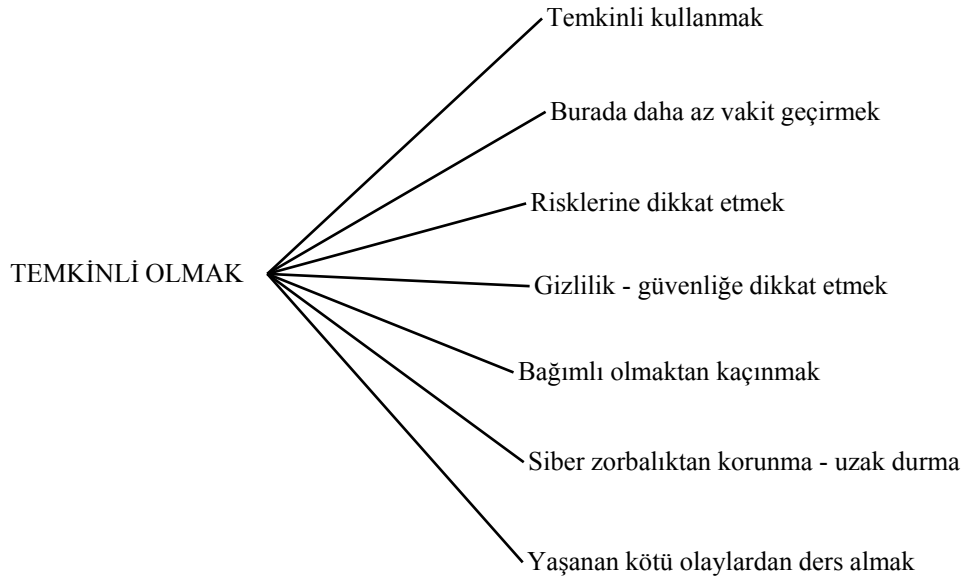
*Olabildiğince bilinçli bir şekilde davranıp bizi dinlemelerini ve karar verebilen bir birey gibi davranmalarını isteriz. Kendi sağlıklarını düşünebilmeli ve neyin doğru neyin yanlış olduğunu, bizim rehberliğimizde anlamalı ve bunu uygulamalıdır. Sanal ortamdaki iyi ve kötüyü ayırt edebilmelerini, buna göre davranışlarını etkilemesini bekleriz. V-10 Çocuklarımın internette kitap okumalarını isterim tabiki... Çok fazla bilgisayar başında durmadıkları sürece çünkü çocuklarımın asosyal olmalarını istemem. Mesela oğlumun bilgisayarda futbol oynamak yerine dışarıda oynamasını isterim. Sosyal medya ortamında tanımadıkları kişileri sayfalarına eklemelerini istemem. Bi de boş gereksiz sayfaları sosyal medyada beğenip takip etmelerini istemem. Youtubee da saçma videolar*

*izlemek yerine zekâ geliştirici, bilinçlendirici, eğitici ve yararlı videolar izleyip yararlı kanallara abone olmalarını isterim. V-21 Çocuğumuzun kendini bilinçlendirerek uyarı almadan kendisine belirli zaman dilimlerinde sosyal medyaya ayırmasını isteriz. V-41*

**4.2.3.2.3. Sınırlandırmak.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik çocuklarına yaptıkları önerilerden sınırlandırmak alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda çocuklarına; öncelikle ailesinin koyduğu kurallara uymasını, sosyal medyada kötü içerikli sitelere girmemeleri ve uzak durmalarını hatta mümkünse sosyal medyadan uzak durmalarını beklemektedirler:

*Gerekmedikçe sosyal medyada takılmamasını, kendini kaptırmamasını, herkese kanmamasını istiyorum. İyi niyetli insanlarla kötü niyetli insanları karıştırmamasını istiyorum. V-46 Sosyal medyayı dikkatli kullanmasını isterim. Cinsel şeylerden çocuğumun uzak durmasını, doğru arkadaşlar seçmesini isterim. Doğru düzgün kullanıp sahte hesaplardan uzak durmasını isterim. V-53 Kızım tablet, telefon ve bilgisayara düşkün ama kurallarına kesinlikle uymasını isterim. Benim dediklerime uymadığında bir ceza alacağını biliyor. 1-2 kez telefonunu kursa izinsiz götürdü. O yüzden bir aya yakın bir süre telefonsuz kaldı. Çok üzgündü, ama umarım bir daha yapmaz. V-11*

**4.2.3.2.4. Temkinli olmak.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik çocuklarına yaptıkları önerilerden temkinli olmak alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda çocuklarına; en çok temkinli olmaları konusunda önerilerde bulunurken, ayrıca bağımlı olmaktan kaçınmak, sosyal medyanın risklerine dikkat etmek, gizlilik-güvenliğe dikkat etmek, sosyal medyada daha az vakit geçirmek, siber zorbalıktan uzak durmak ve yaşanan olaylardan ders almak gerektiğini önermektedirler:



Şekil 4.24. Temkinli olmak alt temasına ait kodlar

*İnternet başında çok fazla zaman geçirmemelerini isteriz. Sosyal medyada yeni çıkan uygulamaları telefonlarına indirmeden ve kullanmadan önce araştırmalarını bize ya güvendiğimiz kullanmasını bilen birilerine sormasını isteriz. V-4 Biz çocuğumuzu sosyal medyaya bağlı olarak büyütmedik ve büyütüyoruz da. Onun sosyal hayattan kopmasını değil, tam tersi sosyal bir çocuk olmasını bekliyoruz. O da zaten bunun farkında. Biz nasıl onu sosyal medyanın kötü zararlarından uzak durmasını istiyor ve bunun için çabalıyorsak o da bazı çevresinde olan kötü şeylerden uzak durmalı. V-1*

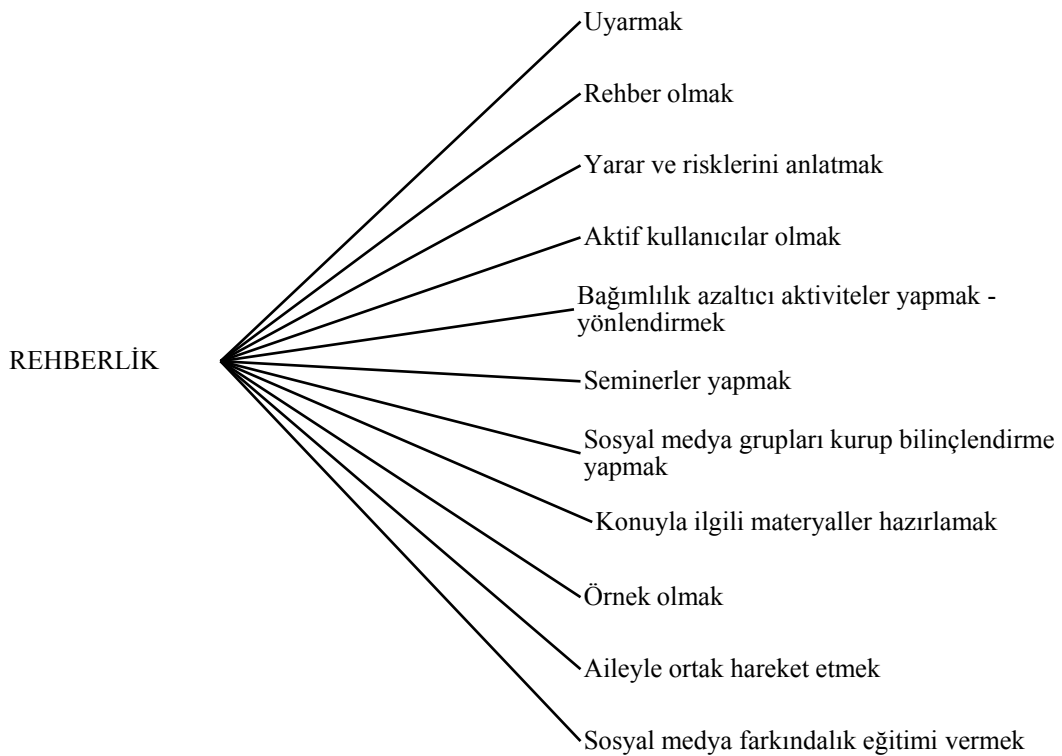
#### 4.2.3.3. Öneriler-öğretmenlere.

**4.2.3.3.1. Eğitime entegre.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik öğretmenlere yaptıkları önerilerden eğitime entegre alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda öğretmenlere; sosyal medyayı derste kullanmalarını, medya okuryazarlığı eğitimi vermelerini, eğitsel faaliyetlere sosyal medyadan devam etmelerini önermektedir:

*Öğretmenlerin daha doğrusu MEB'in zorunlu olarak medya okuryazarlığı dersini getirmesini tercih ederim. Öğretmenlerin de bu konuyla ilgili az da olsa çocuklara bir şeyler öğretmesini isterim. Böylece çocuklar daha dikkatli bir şekilde sosyal medyayı kullanır. V-20 Müfredata sosyal medya*

*hakkında ders koymalarını isterim. Bazı şeyler hakkında bilgi vermelerini isterim. Doğruyu yanlış onlara anlatıp ayırt etmelerini sağlamasını isterim. V-43 İnternete girmelerini yasaklamasını isterdim. Veya sınavlar olduğu zaman bir grup kurup orada öğretmen öğrencilerine ders anlatsın. Böylelikle çocuklar ders için yanlış sitelere girmezler. Veli toplantıları olacağı zaman o gruptan bildirebilirler. Öğretmenler burada velilerle çocukları hakkında konuşabilir. Velileri bilgilendirebilir. Ödev olduğu zaman o gruptan öğrencilere mesaj atabilir. Her okulun ayrı ayrı tüm sınıflarına ait gruplar oluşturabilirler. Böylece eğitim okulla sınırlı kalmamış olur. Ayrıca her derse ait bir site olmasını ve bu sitede yarışmalı bilgi yarışmaları yapılsın. V-23*

**4.2.3.3.2. Rehberlik.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik öğretmenlere yaptıkları önerilerden rehberlik alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda öğretmenlere; yarar ve risklerini öğrencilere anlatmalarını, öğretmenlerin de aktif sosyal medya kullanıcıları olmalarını, öğretmenlerin öğrencileri zaman zaman uyarmalarını, öğrenci ve velilere yönelik seminerler yapmalarını, sosyal medya grupları kurup çocuklara bilinçlendirme çalışmaları yapmalarını, konuyla ilgili materyaller hazırlamalarını, çocuklara rehber olmalarını, örnek olmalarını, çocuklara bağımlılık azaltıcı aktiviteler yapmalarını ve yönlendirmelerini, aileyle ortak hareket etmelerini ve sosyal medya farkındalık eğitimi vermelerini önermektedirler. Veli ifadelerinde en çok tekrar eden kod öğrencileri uyarmak olurken, en az tekrar eden kod ise, aileyle ortak hareket etmek olmuştur:



Şekil 4.25. Rehberlik alt temasına ait kodlar

*Çocuğumuzun ev dışındaki anne babaları öğretmenlerdir. Öğretmenleri de çocuklarımıza bizim kadar olmasa da gene de sosyal medya hakkında onları uyarmalıdır. Sosyal medyanın yararlarından çok zararlarını söylemelidir. Bunu da her zaman dile getirmeliler. V-1 Derslerinin son 12 dakikasını sosyal medya kullanımı konusunda konuşma yapmaya ayırmalarını isterim. Sosyal medyadan gelebilecek riskler konusunda çocukları bilinçlendirsinler. V-19 Bu konuda çocuklarımızı uyarmalarını, sosyal medyanın yararlarını anlatmalarını, zararlarını anlatmalarını derslerini son 5 dakikasını bunlara ayırıp bahsetmesini isterim. Ne olursa virüs bulaşır, bunlar neden bulaşır anlatmalarını isterdim. Bu konuda aileleriyle iyi iletişim kurabilmeleri gerek. Kendilerine ne kadar süre ayırmaları gerektiği. V-30*

**4.2.3.3.3. Anlayış.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik öğretmenlere yaptıkları önerilerden anlayış alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda öğretmenlere; öğrencilerle empati kurmalarını ve onlara güven vermesini önermektedirler:

*Öğrencilere vakit ayırıp bu konu hakkında konuşmalarını isterim. Bu konu hakkında çocuklara kitap tavsiye etmelerini isterim. Ayrıca bu konu hakkında çocukları bilinçlendirecek mini tiyatrolar yapmalarını isterim. V-24 Öğretmenlerin çocuklara olumsuz örnek olmamaları gerekir. (derste telefon kullanmak gibi). V-44 Öğretmenlerin derslerinin bir süresini sosyal medyanın yarar ve zararlarını çocuklara anlatmasını isterim. Kendi yaşadığı ya da tanıdığına yaşadığı sosyal medya ile ilgili örnekler vermesini çocukların yaş durumuna göre korkutmadan örnekler vermesini isterim. V-50*

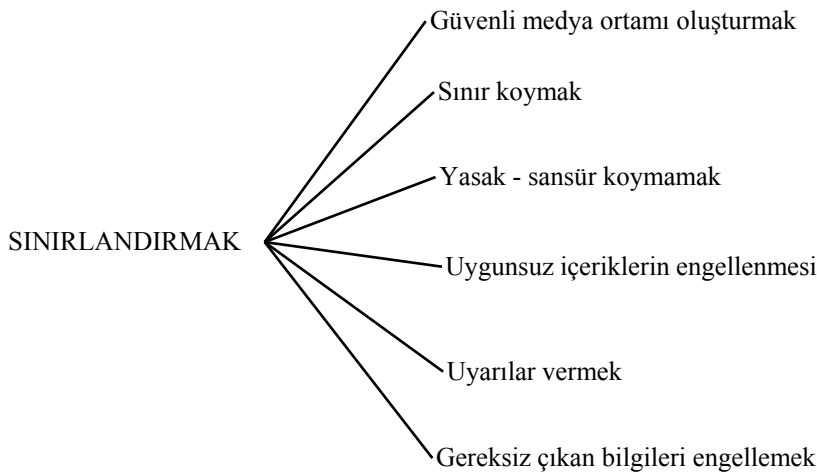
#### **4.2.3.4. Öneriler - medyaya.**

**4.2.3.4.1. Bilinçlendirmek.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik medyaya yaptıkları önerilerden bilinçlendirme alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda medyaya; doğru bilgiler verilmesini, kamu spotu yapmasını, çocuklara bilgilendirici dizi-reklam filmi yapılmasını ve doğru medya kullanım bilinci kazandırmasını önermektedir. Medyaya öneriler konusunda en çok tekrarlanan kod çocuklara bilgilendirici dizi-reklam filmi yapılması olmuştur. Bu durum velilerin medyadan yüksek bir bilinçlendirme beklentisi olduğunu göstermektedir:

*Medyada bu konuda eğitici ve bilgilendirici çalışmaların yapılmasını isterim. Günümüzde medya çocuklarımız üzerinde bizden daha etkili olabiliyor. Bu yüzden çocukların hoşuna gidecek şekilde reklam filmleri veya videolar çekerek çocukları yarar ve risklere konusunda bilinçlendirebilir. V-7 Sosyal medya hakkında televizyonlarda kamu spotları hazırlamalarını isterdim. Sosyal medyadan oluşabilecek riskler hakkında çeşitli etkinlikler yapmalarını isterdim. V-16*

**4.2.3.4.2. Sınırlandırmak.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik medyaya yaptıkları önerilerden sınırlandırma alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda medyaya; uyarılar verilmesini, gereksiz çıkan

bilgilerin engellenmesini, uygunsuz içeriklerin engellenmesini, güvenli medya kullanım ortamı oluşturmasını, bazı içeriklere sınır koymasını, beklerken kimi katılımcılar da yasak-sansür koymamasını önermektedirler. Velilerin medyaya sınırlandırma konusundaki önerilerinde en çok tekrar eden kod medyanın sosyal medyayı kötü içeriklerden temizleyip, güvenli medya kullanım ortamı oluşturmasıdır. Buna dair bazı veli görüşleri şöyledir:



Şekil 4.26.Sınırlandırmak alt temasına ait kodlar

*İlk önce virüslerin kalkması yararlı olmayan şeylerin kaldırılmasını isterim. Sosyal medyaya ilk giriş yaptığımızda bize her şeyi tek tek anlatmaları ve böylelikle bizi bu konuda bilinçlendirmelerini isterdim. Kimlik bilgilerinin istenmesinin kaldırılmasını, onlara her seferinde kendi tanıyacağımız insanlarla arkadaşlık yapacağımızı ayarlasın. Tanımadığımız kişilerin arkadaşlık isteklerini direkt silmesini... V-30 Örneğin gazetelerde birden çok karikatür, fıkra ya da çocukların ilgisini çekecek çalışmalar yardımıyla sosyal medyanın yarar ve risklerini anlatmasını isterim. Veya sosyal medyada ahlaki olumsuz etkileyebilecek fotoğraf vb. paylaşımlarda bulunulmamasını isterim. Ahlsız sosyal ağların kaldırılması bize çok faydalı olur. V-14. Kötü sitelerin kaldırılmalarını, kötü programları engellemeleri ve kötü paylaşım yapanların hesaplarının kendiliğinden silinmesi veya para cezasına çarptırılması gerektiği ve her kullanıcıya bir sınır koymaları gerektiği ve o sınırı aşanlar o gün içinde hesaplarına giremesinler. Hesapları o gün için ktlensin. V-2*

**4.2.3.4.3. Rehberlik.** Velilerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde velilerin, çocukların sosyal medya kullanımına yönelik medyaya yaptıkları önerilerden rehberlik alt teması ele alınmıştır. Veliler, sosyal medya konusunda medyaya; çocuklara uygun eğitici sitelerin olmasını, doğru medya kullanım bilinci verilmesini önermektedirler:

*Medyanın çocuklara yönelik sosyal medya sitelerine yer vermesini ve daha eğitici oyunların sergilenmesini isterim. Çocukların isteklerine göre ve düşüncelerine göre bir medyanın olmasını isterim. Medyanın çocukları düşünmesini ve daha büyük adımlar atmasını isterdim. Sosyal medyanın daha güvenli olabilmesi için daha büyük adımlar atılması gerekiyor. V-20 Çocuklara sosyal medya ile ilgili faydalı uygulamalar yapmalarını isterim. Bu konuda medyada hikâye, roman ve öykülerde sosyal medyanın yarar ve risklerine değinilmesini isterim. Medyanın insanları bu konuda uyarmasını isterim. Gereksiz reklamlar yerine bu konu hakkında eğitici reklamlar yapılmasını isterim. Çocuklar için daha eğitici sitelerin yapılmasını isterim. V-24 Kamu spotlarının çoğaltılmasını, eğitim vb. haberlerde daha çok açıklayıcı sunmalarını çocuklar ile ilgili haberlerin çizgi film karakterleri ile sunmalarını, medyada yayınlanacak olan şeyin eğlenceli hale getirilmesini, medyada yayınlanacak olan haberlerin çocuklara uygun olup olmadığını kontrol etmelerini isterim. V-50*

### 4.3. Öğretmenlerin Gözünden Sosyal Medyanın Öğrenciler İçin Yarar ve Riskleri

#### 4.3.1. Yararları

Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden sosyal medyanın yararlarına ilişkin alt tema ve kodlar oluşturulmuş olup, kodların tekrar sayıları alt temalarla birlikte tablo halinde sunulmuştur. Sosyal medyanın öğrenciler için yararlarının velilerin gözünden araştırıldığı bu temada ortaya çıkan alt temalar; iletişim, sosyalleşme, eğitime katkı, bilgi edinmek, hayatı tanımak, duyarlılık, varoluş ortamı ve hayatı kolaylaştırma şeklindedir. Aşağıda ortaya çıkan alt temaların her biri tek tek ele alınarak, öğretmenlerin ifadelerinden direkt alıntılarla yorumlanmıştır.

Tablo 4.7

#### *Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın yararları*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
YARARLARI	Hayatı kolaylaştırmak	<b>Dış mekâna bağımlılıktan kurtarmak</b>	<b>25</b>
		Hayatı kolaylaştırmak	22
		Organize olma- grup olma kolaylığı	19
		Zamandan tasarruf	11
		Okul gündemini takip kolaylığı	8
		Paradan tasarruf sağlamak	2
	Eğitime katkı	<b>Eğitsel dokümanlara erişim-faydalanmak</b>	<b>21</b>
		Akran eğitimine olanak sağlamak	13
		Eğitsel materyal paylaşmak	11
		Derslere faydalı oyunlar oynamak	5
		Dil öğrenmek	5
	Bilgi edinmek	İngilizce'yi geliştirmek	4
		<b>Kişisel gelişim ve derinleşmek</b>	<b>17</b>
		Sınırsız bilgi kaynakları sunmak	15
	Hayatı tanımak	Gündemi takip etmek	10
		<b>Bakış açısını geliştirmek</b>	<b>11</b>

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
		Kendini çevreyi dünyayı tanımak	8
		Kültürel farklılıkları tanımak	6
		<b>Haberleşmek</b>	<b>15</b>
	İletişim	Uzaktakilerle görüşme-özlem gidermek	4
		Fotoğraf paylaşmak	1
		<b>Çevre edinmek</b>	<b>10</b>
	Sosyalleşmek	Arkadaş edinmek	6
		Dost kazanmak	3
		<b>Yorum yapma-fikirlerini paylaşmak</b>	<b>5</b>
	Varoluş ortamı	Duygusal rahatlama yaşamak	3
		Mutluluk vermesi-iyi hissettirmek	3
		İlgili mercilere sesini duyurmak	2
		Özgür hissettirmek	1
	Duyarlılık	<b>Empati kurmak</b>	<b>4</b>
		Duyarlılık kazanma-yardımlaşmak	2

**4.3.1.1. İletişim.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden hareketle iletişim alt temasına bakacak olursak, öğrencilerin sosyal medyayı birbiriyle fotoğraf paylaşmak, arkadaşlarla görüşmek-konuşmak, birbiriyle fotoğraf paylaşım meraklarını veya bazı doyumlarını tatmin etmek, uzaktakilerle görüşmek-özlem gidermeye olanak sağlamak, eski arkadaşlarla görüşebilmeye olanak sunmak ve çevresiyle, dünyayla haberleşmeyi sağlamak-kolaylaştırmak açısından kullandıkları görülmektedir. Öğretmenlerin gözünden öğrencilerin sosyal medyayı iletişim alt temasında en çok haberleşmek için kullandıkları görülmektedir:

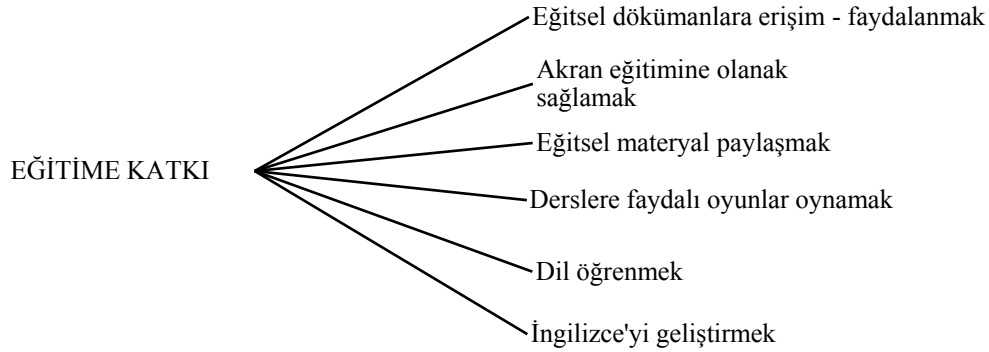
*Sosyal medya öğrencilerimin haberleşmesini sağlıyor. Birbiriyle rahatlıkla iletişim kurmalarını sağlıyor. Whatsapp üzerinden arkadaş grupları oluşturarak konular üzerinde konuşulmasını sağlıyor. Uzakta olan akrabalarımızla rahatlıkla görüşebiliriz. ÖT-16 İletişim imkânının yanında her zaman her yerde ve çok hızlı bir şekilde ulaşma imkânı tanımaktadır. İnsanlar günümüzde sosyal medya aracılığıyla istediği bilgiye, görüntüye anında ulaşabiliyor. Bu da öğrenciler için sosyal medyayı kullanma sıklığını artırıyor. Çünkü dünyanın herhangi bir yerindeki bir bilgi bütün dünyanın her yerinde aynı anda ve aynı kaynaktan verilebiliyor. ÖT-7 Ayrıca öğrenciler okulla ilgili olan haberleri de sosyal medya üzerinden birbiriyle paylaşarak çok kısa sürede birbirlerini haberdar ediyorlar. ÖT-8*

**4.3.1.2. Sosyalleşmek.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden anlaşıldığı üzere sosyalleşme alt temasına bakacak olursak, öğrencilerin sosyal medyayı arkadaş edinmek, dost kazanmak ve çevre edinmek için kullandıkları görülmektedir:



*Sosyalleşmesini, bilgiye daha kolay ulaşmasını ve dünya üzerindeki haberlerden haberdar olmasını sağlar. ÖT-29 Öğrenciler sanal ortamda sosyalleşebiliyorlar. Burada her şeyi takip ederek çağa ayak uydurabiliyorlar. ÖT-35 Öğrenciler sosyal medya sayesinde daha rahat bir iletişim kurmaktadırlar. Arkadaşlık bağları güçlenmektedir. ÖT-36*

**4.3.1.3. Eğitime katkı.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden de anlaşıldığı gibi eğitime katkı alt temasına bakacak olursak, öğrencilerin sosyal medyayı akran eğitimine olanak sağlaması, eğitsel materyal paylaşımını kolaylaştırması, eğitsel dokümanlara erişim ve onlardan faydalanmayı kolaylaştırması, İngilizce'yi öğrenme ve geliştirme fırsatı sunması, öğrenciler için derslere faydalı oyunların olması ve dil öğrenmek olanak sağlaması açısından faydalı bulmaktadırlar:



Şekil 4.27. Eğitime katkı alt temasına ait kodlar

*Yine girdiğim seçmeli derslerimde her öğrencimin 1-2 gazete 2-3 dergi almasını beklemek yerine (masrafi ve kitap belge çokluğunu azaltarak) internet aracılığıyla daha fazlasına ulaşabiliyorlar. Yine sosyal medya sayesinde (facebook) gruplar kurup ödev ve soru paylaşımı, çözümü gibi grupları kurmalarını sağladım. Bu sayede her öğrencimin her soruyu görüp öğrenmesine ve farklı açılardan soruların çözülmesine katkı sağladı. Yine aynı zamanda bu gruplarda paylaştığım videolar sayesinde öğrendiklerini tekrar etme ve yeni şeyler öğrenme imkânına sahip oldular. ÖT-10 Öğrencilerin okul başarılarına da çok büyük artıları vardır. Bugün Youtube'daki videolarda hocalar ders anlatıyor, soru çözüyor. Yani öğrencilerin özellikle akademik açıdan işine yarayacak birçok materyal var. Çocuklar okulu ve öğretmeni bir tıklama ile evine ve odasına getirmekte ve kendi öğrenme ortamını kendileri yaratmaktadır. Kendini eksik gördüğü bir konuda sosyal medyayı kullanarak bu eksikliğini giderebilir. ÖT-18 Sosyal medyanın öğrencilerim için en büyük yararlarından biri veri paylaşımını kolaylaştırmasıdır. Öğrenciler önemli gördükleri ve ihtiyaç duydukları dokümanları sosyal medya üzerinden birbiriyle paylaşıyorlar. Böylece çok kısa zamanda ihtiyaç duydukları materyallere ulaşıyorlar. ÖT-8 Ayrıca öğrenciler bazen facebook veya whatsapp grupları kurarak, derslerle ilgili yapamadıkları soruları orada birlikte çözüyorlar. Bazen bize sormaya çekindikleri soruları o gruplara yazarak, cevabını arkadaşlarından alıyorlar. Bu durumda sosyal medyanın akran öğrenme tekniğine olanak tanıdığını düşünüyorum. Öğrenciler özellikle sosyal medyada üye oldukları eğitici gruplara da sınavlar, sözlüler ve sergiler hakkında zamanında haberdar oluyorlar. Sosyal medya*

*ortamlarında bilgi düzenli herkesin erişimine elverişli olduğundan öğrenciler daha az çabayla daha çok bilgiye ulaşabiliyorlar. ÖT-1Yabancı arkadaşlarla tanışıp günlük konuşmalar yapıyorlar ve böylece İngilizce'yi günlük hayatlarına aktarıp etkin olarak kullanıyorlar. İngilizce videoların izlenmesiyle telaffuz becerileri gelişebiliyor. Bu da kulak aşinalığı oluşturuyor. Faydalı youtube kanalları sayesinde takip etmek ve tekrarlamak istedikleri dilbilgisi konularını tekrar edebiliyorlar. ÖT-12*

**4.3.1.4. Hayatı tanımak.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden hareketle hayatı tanıma alt temasına bakacak olursak, öğrencilerin sosyal medyayı bakış açısını geliştirme, kültürel farklılıkları tanıma, kendini çevreyi ve dünyayı tanıma açısından kullanmalarının yararlı olduğu bulgulanmıştır:

*Teknolojinin en büyük hediyelerinden biri olan internet yetişkinlerden çok genç ve çocuk kesimin bütün dikkatini toplamış durumda. 90'lı yıllarda kütüphanelerde geçirilen zamanın tamamı günümüzde evlerdeki konforlu koltuklarda bilgisayar başında geçmekte. Çocuklar için zamandan tasarruf sağlayabiliyor mu, acaba ileri teknolojinin birçok getirisi gibi anti avantaja mı dönüşmüş durumdadır. Tabi ki tartışmaya açık bir konu. Yaptığım gözlemler sosyal ağların çocuklar üzerinde kendini, çevreyi, dünyayı tanıma ve farkındalık yaratma konusunda oldukça yararlı olduğunu gösteriyor. En genç ve dinamik beyin olan çocuklar artık daha objektif düşünebiliyor çevreyi başkasının gözünden de gözlemleyebiliyor. Günümüz toplumlarının en büyük problemi olan ön yargı gözlüklerini çıkartıp başkalarının görüşlerine saygı duyabiliyor duydukları farklı düşünceleri yadırgamıyorlar. Bugün Dünyanın bir başka ucunda hangi sorunlarla nasıl mücadele edildiğini fark ediyor ve kanaat duygularını vicdanlarını geliştirebiliyorlar. ÖT-3 Dersim sosyal bilgilerdir. Sosyal Bilgiler konularıyla ilgili birçok video sosyal paylaşım sitelerinde bulunmaktadır. Çocuklar derste işlenen konuları pekiştirmek için kullanmaktadır. Kendim de öğrenciler için bir tane hesap açtım. İşlediğim konularla ilgili videoları bu siteye atıyorum. Öğrencilerin bir kısmı bunları izleyip, öğrenme seviyelerini arttırıyorlar. Sosyal hesaplarda önemli günler her zaman anılıyor. Cumhuriyet Bayramı, 23 Nisan vb..böylece öğrencinin milli bilinci fazlalaşiyor. ÖT-19 Geçmiş yıllara kıyasla özellikle internet ve teknolojinin her eve girmesiyle birlikte insanlar dünyada olup bitenlerdendaha hızlı haberdar olmaya başlamıştır. Ve bu durum onların düşüncelerini geliştirmelerine olaylar üzerine yorum yapmalarına ve fikirler üretmelerine yardımcı olmaktadır. Aynı durum öğrenciler için de geçerlidir. Bugün bir öğrenci dünyanın öbür ucundaki bir akranyla sosyal medya üzerinden iletişime geçebilir, bir olay ile ilgili işbirliği yapabilir. Kendisinden çok farklı kültürden biriyle aynı duyguları sosyal medya üzerinden paylaşabilir. Bu durum öncelikle onun dünyasını zenginleştirerek, hayata bakış açısını geliştirebilir. Özellikle facebook, twitter, instagram vb. sosyal medya hesapları içerisinde tüm milletlerden insanlar barındırdığından tüm dünyayı insanların ayağına getirmektedir. ÖT-18*

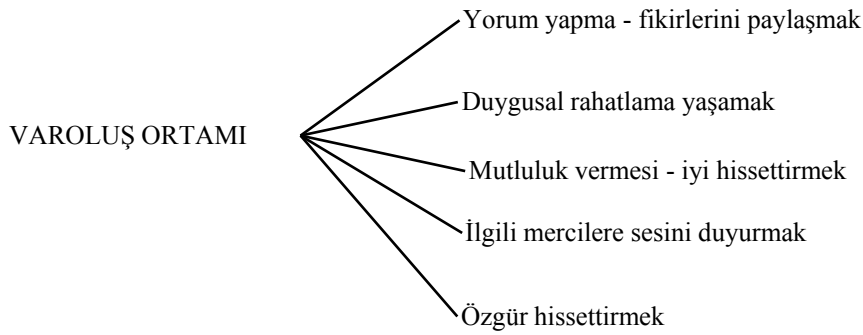
**4.3.1.5. Bilgi edinmek.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden hareketle bilgi edinme alt temasına bakacak olursak, sosyal medya öğrenciler için; sınırsız bilgi kaynakları sunması, kişisel gelişim ve derinleşmeye olanak tanınması ve gündemi takip etme kolaylığı sağlaması açısından faydalıdır:

*Matematik öğretmeni olarak Pisagor bağıntısını öğretmeye çalışırken sarf ettiğim eforu Pisagorun hayatı ya da sosyal medyada paylaşılan bir sözünü okuduğumda gözlerin nasıl kocaman açıldığını görüyorum ve onların dikkat çemberine bu şekilde girebildiğimi fark ediyorum. Öğrencilerim sosyal medya sayesinde sadece gündemdeki şair, yazar ya da sanatçıları TV’de görebildiklerini basında duyabildiklerini değil, bugün bir Barış Manço şarkısını da hep birlikte söyleyebiliyorlar. Her çocuğa gazete okuma ya da haber izleme alışkanlığı kazandıramıyoruz, fakat şuanda twetter her gün güncellenen ve anlık bilgiler veren her görüşe açık geniş bir haber ağı durumunda. Öğrenciler okudukları twetler ile bugün dünyanın neresinde ne olduğunu acıyı yası sınıfta tartışabiliyorlar. ÖT-3 Öncelikle facebook, twitter, googleplus, vb. sitelere üye olan gençler hem arkadaşlarıyla görüşebilme imkânına sahip oluyorlar. Hemde tanıdıkları insanlar ile iletişime geçme fırsatını yakalıyorlar. Ayrıca üniversite çağındaki gençlerde bu sitelerdeki gruplar sayesinde iş imkânı, staj imkânı ya da yeni arkadaşlar edinme imkânına sahip oluyorlar. Öneğin üniversite yıllarım sırasında facebookta ölümümle ilgili bir siteye katılmışım ve bu sayede iş imkânına kavuşmuşum. Sosyal medya sayesinde güncel bilgiye ve daha fazla bilgiyi daha çabuk ulaşabiliyoruz. Örneğin öğrencilerime verdiğim bir araştırma konusunda her öğrencimin farklı açılardan bilgiye ulaştığını ve farklı farklı bilgiler getirdiğini gördüm. ÖT-9 Bu tür iletişim haberleşme yollarının öğrencilerin bilgi paylaşımı açısından faydalı olduğunu düşünüyorum. Ders konuları ile ilgili yararlı bilgilere ulaşma noktasında faydalı olabilir. Ancak faydasından çok zararı olduğunu düşünüyorum. ÖT-23*

**4.3.1.6. Duyarlılık.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden hareketle duyarlılık alt temasına bakacak olursak, sosyal medya öğrenciler için; duyarlılık kazanma, yardımlaşma ve empati becerileri kurmaları açısından faydalıdır:

*Gençler anne baba ya da öğretmenine iletmediği duyguları sosyal paylaşımlarla daha samimi hale getirebiliyor. Hiç görüşmedikleri uzak akrabaları kuzenleri ya da aile dostlarıyla veli dışında iletişim kurabiliyor özel günlerini bayramları ya da kandilleri kutlamayı görev ediniyorlar. Birey olma çabasında olan gençlerin kendilerine ait hesaplarının paylaşımlarının yazılarının beğenilerinin olması kişiliğini ortaya serdiği bu platformlar onlara değerli hissettiriyor davranış kontrolü sağlıyor ve sorumluluk yüklüyor. Bugün Ankara’da yaşanan acı kayıplarımıza öğrencilerimle üzülebilmek onların profil karartmalarını tam da şuan görebilmek gerekli açıklamayı yapıyor. ÖT-3*

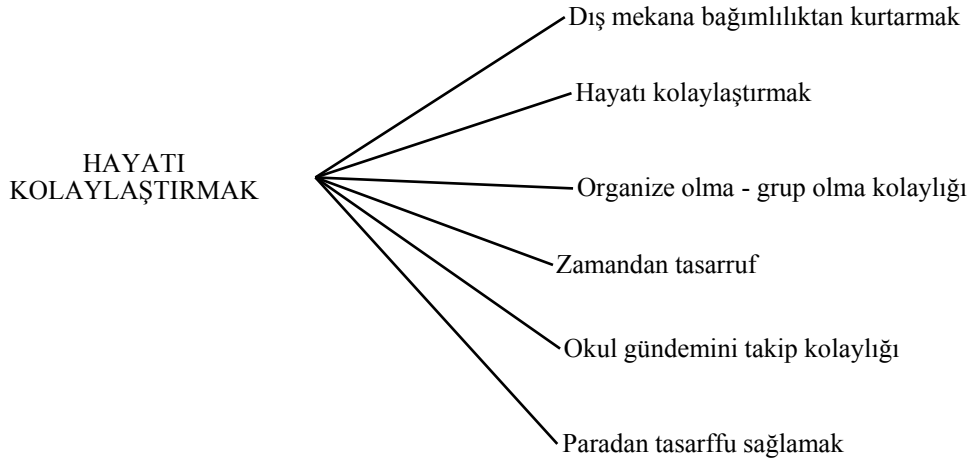
**4.3.1.7. Varoluş ortamı.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden hareketle varoluş ortamı alt temasına bakacak olursak, sosyal medya öğrenciler için; toplulukta yorum yapma ve fikirlerini paylaşma, duygusal rahatlama yaşama, ilgili mercilere sesini duyurma, öğrenciye kendini özgür hissettirme, öğrenciye mutluluk verme ve iyi hissettirmesi açısından faydalı olduğu görülmektedir:



Şekil 4.28. Varoluş ortamı alt temasına ait kodlar

*Bugün bir çocuğa kitap okuma alışkanlığı kazandırmanın güçlüğüne biz öğretmenler farkındayız. Öğrencilerimize Montaigne'in bir romanını okutmak Orhan Veli'nin şiirlerini ezberletmek bazen haftalarca takip etmemiz gereken zorlu bir süreçken sosyal medyada değerli şairlerimizin yazarlarımızın sözlerini paylaşıp altlarına nasıl anlamlı yorumlar yapabildiklerini görüyoruz. Gençler arasında en kıymetli durum olan onların tabiriyle havalı popüler olma durumu artık kurdukları güzel cümleler gündemden haberdar olma, kendini güzel ifade etme ve tartışma adabıyla doğru orantılı durumda... ÖT-3 İnsanlar çok farklı zekâ alanlarına sahiptir. Bir zekâ alanını kullanırken diğer alanlardan da faydalanır. Sosyal medya kullanan öğrenciler kendi zekâ alanlarına uygun aracı doğru biçimde kullandıklaında öğrenmeleri daha kalıcı ve etkili oluyor. Öğrenmenin kalıcılığı öğrenmede kullanılan duyu organlarının çokluğuyla alakalıdır. İnternet, sosyal medya, video vb. görsel materyallerle desteklenen bir eğitim daha kalitelidir. Yapılandırmacı yaklaşımın benimsendiği eğitim sistemimizde öğrenci merkezli eğitim yapılmaktadır. Bu bağlamda yapılacak tüm etkinlikler tüm zekâ türlerini arttıracak şekilde olmalıdır. Bunu sağlamak için de sosyal medyadan yararlanılabilir. Sosyal medyada sözlü ve yazılı dili etkin bir şekilde kullanabilirler. Böylece okuma yazma ve dinleme yoluyla öğrenmelerine katkı sağlanabilir. Görsel materyallerle üç boyutlu düşünme yetenekleri gelişir ve hayal güçleri daha da artar. Buna en güzel örnek bazı faydalı oyunlar verilebilir. Örneğin ritmik zekâsı iyi olan öğrencilerin sosyal medyada dinledikleri ritim ve melodilerle öğrenmelerine katkı sağlanabilir. Sosyal medya aracılığıyla iletişim becerisi artar. Kendini daha iyi ifade eder. Empati yeteneği gelişir. Bu kişilik gelişimlerine katkı sağlar. ÖT-4*

**4.3.1.8. Hayatı kolaylaştırmak.** Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın yararları teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden hareketle hayatı kolaylaştırma alt temasına bakacak olursak, sosyal medya öğrenciler için; paradan tasarruf sağlama, okul gündemini takip kolaylığı sağlama, organize olma ve grup olma kolaylığı sağlama, zamandan tasarruf sağlama, dış mekâna bağımlılıktan kurtarma ve hayatı kolaylaştırma açısından faydalıdır. Öğrenci ifadelerinde en çok vurgulanan, sosyal medyanın dış mekâna bağımlı olmaktan kurtarması kodu olmuştur:



Şekil 4.29. Hayatı kolaylaştırmak alt temasına ait kodlar

*Öğrencilerin birbiriyle iletişimi daha sağlıklı olabiliyor. Güvenlik nedeniyle çocuklarını dışarı yollamayan ailelerin çocuklarının sosyalleşmesi için yararlı olabiliyor. Proje ödevleri verildiğinde özellikle grup ödevlerinde birbirinin evlerine gitmelerine gerek kalmadan sosyal medya aracılığıyla iletişime geçip ödevlerini yapabiliyorlar. ÖT-30 Öğrencilerimin sosyal aktiviteleri yakından takip etmesini sağlıyor. Örneğin konferans, seminer, sunu, panel, konser, söyleşi gibi etkinlik ve faaliyetlerden haberdar olma, bunlara katılma veya takip etme imkânı sunuyor. Ayrıca öğrencilerin istedikleri ve merak ettikleri alanda kendilerini daha çok geliştirme ve o alanda derinleşme imkânı sunmaktadır. Ayrıca zamandan tasarruf sağlıyor. Zamanın çok kıymetli olduğu günümüzde öğrencilerim bazen yapamadıkları matematik sorularının çekip, göndererek, anında dönüt alabiliyorlar. ÖT-1 Sosyal medyada insanlara dünyayı bilgisayarlara ve telefonlara sığdırma imkânını veriyor ve bu iletişimi çok hızlı sağlayabiliyor. ÖT-7*

#### 4.3.2. Riskleri

Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde, sosyal medyanın riskleri teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden sosyal medyanın risklerine ilişkin alt tema ve kodlar oluşturulmuş olup, kodların tekrar sayıları alt temalarla birlikte tablo halinde sunulmuştur. Sosyal medyanın öğrenciler için risklerinin öğretmenlerin gözünden araştırıldığı bu temada ortaya çıkan alt temalar; psikolojik, hayatı zorlaştırma, kontrolsüz sosyalleşme, asosyalleşme, suça maruz kama, suça yönelme, şiddete maruz kalma, sağlık ile ilgili sorunlar, değer yozlaştırma ve güven şeklindedir. Aşağıda ortaya

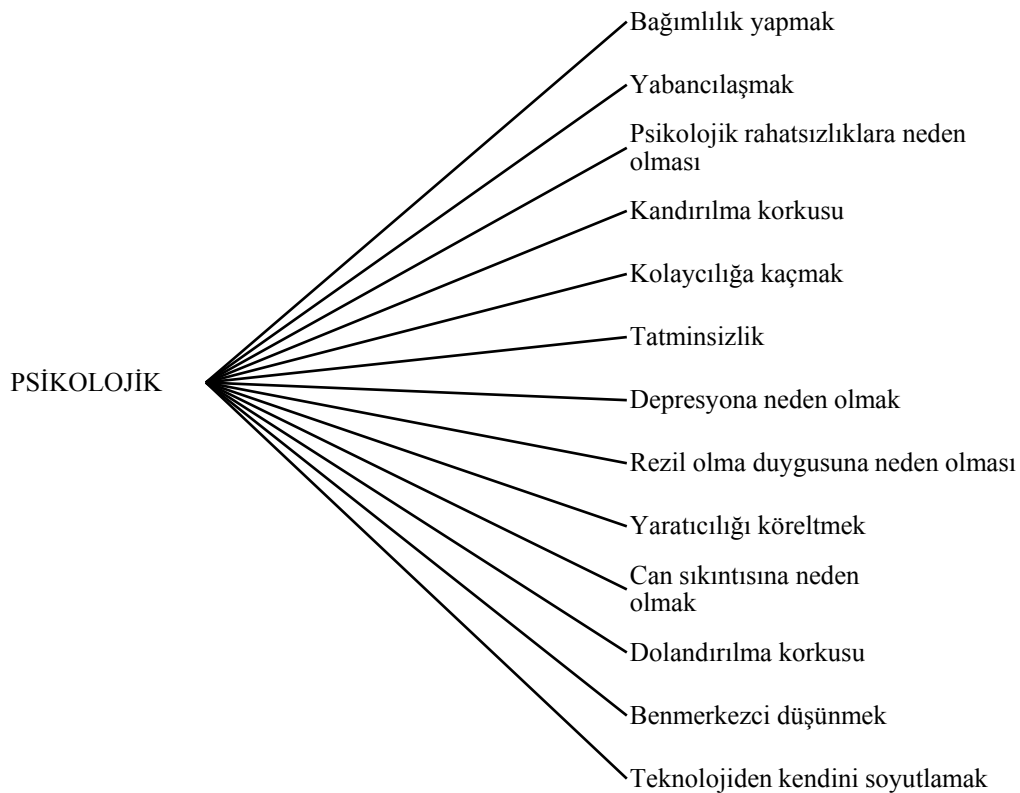
çıkan alt temaların her biri tek tek ele alınarak, veli ifadelerinden direk alıntılarla yorumlanmıştır.

Tablo 4.8

*Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın riskleri*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
RISKLERİ	Psikolojik	<b>Bağımlılık yapmak</b>	<b>18</b>
		Yabancılaşmak	16
		Psikolojik rahatsızlıklara neden olması	15
		Kandırılma korkusu	13
		Kolaycılığa kaçmak	9
		Tatminsizlik	4
		Depresyona neden olmak	4
		Rezil olma duygusuna neden olması	4
		Yaratıcılığı köreltmek	5
		Can sıkıntısına neden olmak	4
		Dolandırılma korkusu	3
		Benmerkezci düşünmek	3
		Teknolojiden kendini soyutlamak	1
		Hayatı zorlaştırmak	<b>Yanlış bilgilerin yayılması-yanlış öğrenmek</b>
	Zaman kaybına neden olmak		13
	Günlük işleri aksatmaya neden olmak		10
	Ders başarısını düşürmek		9
	Maddi kayıplara neden olmak		2
	Ailesini zor durumda bırakmak		1
	Değer yozlaşması	<b>Değer yargılarını yozlaştırmak</b>	<b>20</b>
		Şiddeti normlaştırmak	11
		Aile ilişkilerinin zedelenmesi	6
		Yalan söylemeye neden olmak	5
		Türkçe'yi düzgün kullanmamak	1
	Şiddete maruz kalmak	<b>Yaşına uygun olmayan içeriğe maruz kalmak</b>	<b>17</b>
		Küfür hakaret edilmesi ve öğrenilmesi	9
		Akran zorbalığı	5
		Oyunlardaki şiddet	4
	Suça maruz kalmak	<b>Kişisel bilgilerin başkasının eline geçmesi</b>	<b>10</b>
		Başı belaya girmek	9
		Siber zorbalık	9
		Madde bağımlılığına özendirme	4
Güven	<b>Güvenlik-gizlilik açısından yetersizlik</b>	<b>16</b>	
	Özel bilgilerin kamulaşması	11	
Asosyalleşmek	<b>Asosyalleştirmek</b>	<b>20</b>	
	Arkadaş ilişkilerinin bozulması	3	
Kontrolsüz sosyalleşmek	<b>Kötü niyetli insanlarla arkadaş olmak</b>	<b>12</b>	
	Seçicilikten uzak bir şekilde arkadaş edinmek	8	
Suça yönelmek	<b>Hukuksal sorunlara neden olmak</b>	<b>14</b>	
	Hacker olmaya çalışmak	1	
Sağlık-fiziksel riskler	<b>Fiziksel rahatsızlıklara neden olmak</b>	<b>5</b>	
	Obeziteye neden olmak	2	

**4.3.2.1. Psikolojik.** Sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için oluşturduğu bazı risk faktörleri “psikolojik” alt temasında ele alınmıştır. Sosyal medya kullanımı sürecinde öğrencilerin karşılaştığı olumsuz sonuçlardan biri de öğrencilerin psikolojileri üzerinde oluşturduğu etkilerdir. Özellikle ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada uzun süre durduklarında bağımlılık oluşturduğu, sosyal medya mecralarında oyun oynarken veya paylaşımlarda bulunurken, onların deyimiyle “biraz daha durcam, biraz daha durcam”, veya “şu sayıya ulaşmam gerek”, “onu geçmem gerek” şeklindeki beklentilerinden dolayı “tatminsizlik” duygusu yaşamaları, sosyal medyada kendini aşırı önemli görme, sadece kendine odaklanma, başkalarının düşüncelerine çok fazla önem vermeme gibi sonuçların oluşturduğu benmerkezci düşünme, gerek sanal ortamda gerekse gerçek hayattaki kötü deneyimlerinden dolayı oluşan kandırılma ve dolandırılma korkusu tüm bu olumsuzlukların sonucunda çocuğun kendini teknolojiden soyutlaması öğretmenlerin gözünden görülen bazı risklerdir. Öğrencilerin sosyal medyada yaşadığı olumsuzluklardan dolayı rezil olma hissine kapılması, can sıkıntısı içine girmeleri kolaycılığa kapılarak yaratıcılıklarını köreltmeleri diğer risk faktörleri olarak görülmüştür. Öğrenci ifadelerinin analizi sürecinde en fazla vurgulanan psikolojik riskin sosyal medyanın “bağımlılık yapması” iken, en az vurgulanan psikolojik riskin ise, “teknolojiden kendini soyutlama” riski olduğu görülmüştür:



Şekil 4.30. Psikolojik alt temasına ait kodlar

*Fazla kullanılması sonucu bağımlılığa sebep olur. Ö T-29 Ders yapıyorum diye aileleri kandırıp sosyal medya üzerinden oyun oynayabiliyorlar. Neredeyse günün 4-5 saatini bilgisayar başında geçiren öğrenci nesli var karşımızda. Branşım gereği yaptığım etkinliklerde de görüyorum ki, özellikle öğrenciler arasında sosyal medya kullanan kişi sayısı çok fazla. Kullanmayan öğrenci birkaç tane çıkıyor. Bu da gelecek neslin internete bağlı bir nesil olacağını gösteriyor. Günde 4 saatten fazla internete giren çocukları büyük çoğunluğu sosyal medya kullanıyor. Genelde benim öğrencilerimde sosyal medyayı 4 saatten fazla kullanan öğrencilerimin ders başarısı da düşük oluyor. ÖT-30 Ayrıca oynadıkları oyunlar onlarda bağımlılık yapıyor. Gece geç saatlere kadar oyun oynadıklarından ödevlerini yapamıyorlar; uykusuz kalıyorlar. Okula geldiklerinde ilk derslerinde sürekli uyuyorlar. Derse adapte olamıyorlar. ÖT-40 Çocukların bu ortamları çok gerçekçi hissetmelerine gelirse her gün her dakika orada olmak istiyorlar. Oradaki bazı şeyleri çok önemsiyorlar.(örneğin arkadaş sayısı gibi) ve orayı gerçek hayatları gibi hissetmeye başlıyorlar. Bu durum çocukları gerçek arkadaş ortamından çekip sanal arkadaşlıklara yönlendiriyor. Bu durumda çocukları kalabalıklar içerisinde derin yalnızlıklara mahkûm ediyor. Okulda birçok arkadaşı olan çocuklar içerisinde bulunan yalnızlık hissini bir türlü atamamaktadır. Çünkü sınıf arkadaşlarıyla arasındaki samimiyet belli bir noktadan sonra tıkanmaktadır. ÖT-7*

**4.3.2.2. Kontrolsüz sosyalleşmek.** Sosyal medya ortaokul öğrencilerinin zaman zaman sosyalleşmesine fayda sağlarken, bazen de sanal ortamda bu sosyalleşme kontrolsüz bir şekilde gerçekleşerek, onun için kötü sonuçlar doğurabilmektedir. Nitekim öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medya ortamında kontrolsüz sosyalleşmenin gerçekleştiği ve bu durumun da öğrenciler için risk faktörü olduğu söylenebilir. Örneğin öğretmenlerin gözünden sosyal medya mecralarında; kötü niyetli insanlarla arkadaş olma, seçicilikten uzak bir şekilde arkadaş edinme, kontrolsüz sosyalleşme sonucu oluşan riskfaktörü olarak ifade edilmiştir:

*Çocuk yaştaki öğrencilerin her türden ve yaştan insanlarla sosyal medya üzerinden de olsa aynı ortamda bulunuyor olmasıdır. Bununla ilgili birçoğumuz gazete veya televizyonda haberlere denk gelmişizdir. Öğrencilerimiz her yönden problemlili insanlarla savunmasız bir şekilde karşı karşıya kalmaktadır. Bu risk her konuda geçerli olmaktadır ve çok büyük sonuçlara sebep olabilecek durumlar gerçekleşmektedir. Söz gelimi çocuk tacizcileri ve organ mafyaları bunlardan en tehlikeli olanlarındandır. Bu tarz şeyler sadece bilgisayar başında kalamayabilir ve taciz ve organ mafyalarında olduğu gibi çok daha acı sonlara sebebiyet verebilir. Çocukların yaşları ve iyi düşünmeye sahip olmaları düşünüldüğünde çocukları sosyal medya üzerinden bu tarz insanların kandırmaları çok zor olmamaktadır. Özellikle ergenlik çağındaki çocukların sığınacak bir liman aradıkları göz önüne alınrsa. ÖT-7 Ebeveyn gözetiminde olmazsa zararlı kişilerle arkadaşlık edebilir. Evde ailesiyle konuşamadıklarını onlarla paylaşır. Onlara inanır ve güvenir. Bu davranışlar bazen hayatına bile mal olur. O yüzden çocukları sosyal hayata sokup onlara çeşitli hobiler kazandırmalıyız. ÖT-17*

**4.3.2.3. Şiddete maruz kalmak.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, şiddete maruz kalma alt temasıdır. Öğretmenlerin ifadelerinden hareketle sosyal medyanın öğrenciler için şiddete maruz kalma konusunda risk taşıdığına değinmektedirler. Öğrenciler sosyal medya kullanırken, sanal bir sürecin içerisinde olduğu için, gördükleri şiddet türü de buna uygun bir boyut alıyor. Bu sanal şiddet zaman zaman dozunu kaçırarak gerçek hayata taşınarak



fiziksel şiddete dönüşmenin yanında, daha çok sözel, görsel ve duygusal boyutlarda da kendini göstermektedir. Nitekim öğretmen ifadelerine baktığımızda öğrencilerin sosyal medya mecralarında sıklıkla sanal oyunlar oynarken şiddet öğelerine ve bu oyunların tanıdık tanımadık arkadaşlarca oynanmasıyla birlikte çok fazla küfür ve hakarete maruz kaldıkları ve bu içeriğin tüm çocuklarca öğrenilmesinin özentiye yol açtığı görülmüştür. Diğer taraftan çocukların rastgele girdiği sitelerde yaşına uygun olmayan görüntülere- ki bunlar şiddet, cinsellik, korku, aşırı dram barındıran şeklinde- maruz kalması onların birçok risk faktörüyle karşı karşıya kaldığını göstermektedir. Öğretmenler tarafından en çok vurgulanan risk, yaşına uygun olmayan şiddete maruz kalma kodu iken, en az vurgulanan kod ise, oyunlardaki şiddettir. Bu duruma ilişkin bazı öğretmen görüşleri şöyledir:

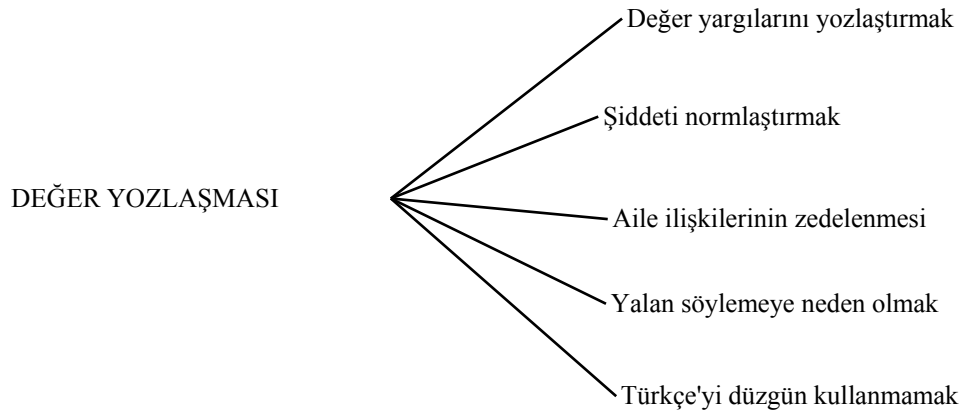
*Bütün bunlara ek olarak defalarca öğrencilerimden duyduğum bir durum var. En terbiyeli ve düzgün bir çocuk bile kendini o ortamların havasına kaptırduğunda karşısındaki insana çok kötü ve ağır sözleri söyleyebilmektedir. Bence bunun sebebi karşısında canlı bir insan olmadığı için sadece parmaklarıyla yazdığı için söylediği sözün durumunu hissedemiyor. Gerçek hayatta o kötü söz dilinden çıkıp kendi kulağına da geldiği için daha fazla kaçınabiliyor öyle sözlerden. ÖT-7 Yaşlarına uygun olmayan videolar izlemeleri ahlaki olarak risklidir. Kelime oyunları dışında tehlikeli vurdulu kırdılı oyunlar oynuyorlar. Bu da gerçek hayatta da olumsuz davranışlar sergilemesine neden oluyor. Sosyal medyada tanıştıkları kişilere kanıp yanlış ilişkiler kurabiliyorlar. ÖT-27 Öğrenciler yanlış, olumsuz sitelere yönlendirilebiliyorlar. Siber saldırıya maruz kalabiliyorlar. Sanal oyunlar hem zihinsel hem de fiziksel gelişimini olumsuz etkileyebiliyor. ÖT-35 Bazı sosyal medya siteleri yaş sınırlaması koymasına rağmen öğrenciler yaşlarını büyük göstererek üye olup, yaşlarına uygun olmayan içeriklere kolaylıkla ulaşabiliyorlar. Ayrıca birçok uygunsuz tehlikeli görselleri görüyorlar. Bazen ailelerinin de buna göz yumduğunu görebiliyoruz. Bu daha da acı. Çocukları onları rahatsız etmesin diye çocuklarının saatlerce sosyal medya ağlarında kontrolsüzce vakit geçirmelerine izin veriyorlar. ÖT-38*

**4.3.2.4. Suça yönelmek.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, suça yönelme alt temasıdır. Öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medyanın öğrencileri için; özellikle hacker olmaya çalışma ve hukuksal sorunlar doğurma gibi konularda risk oluşturduğu vurgulanmıştır. Diğer öğretmenlerin ifadeleri de dikkate alındığında öğrencilerin kişisel bilgilerin başkasının eline geçmesi, başının belaya girmesi, siber zorbalığa maruz kalması, öğretmenlerin gözünden diğer risk faktörleri olarak görülmüştür:

*Sosyal medya üzerinden kanunen yasak paylaşımların rahatlıkla yapılabilmesine sebep oluyor. ÖT-16 Hesabı çalındığı için çok sıkıntı yaşayan bir öğrencim de sırf bu durumdan kurtulmak için hesabı nasıl kurtarırım ile ilgili araştırma yaptım ve bunun sonucunda hesap nasıl çalınır ben de öğrendim demişti. ÖT-2. Bizim öğrencilerimizde gerek yaş grubu gerekse oturdukları bölge olarak sıkıntılı olduğu için sosyal medyayı düzgün kullanmamaktadırlar. Başkasının yerine hesap açıp o gibi konuşandan tutun bunun gibi birçok sorunla karşılaşmaktayız. Çocuklarda iletişimsizlik ortaya çıktı.*

*Artık çocukları tek konuştuğu facebook veya instagramdaki olayları konuşmak oldu. Her şeyden dünyadan habersiz bir şekilde yaşamaktadırlar. En çok önem verdikleri sosyal medya sayesinde popüler olmaktadır. ÖT-36*

**4.3.2.5. Değer yozlaşması.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, değer yozlaştırma alt temasıdır. Öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medyanın öğrenciler tarafından aşırı veya bilinçsiz kullanımı birçok problemi beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın aile bireylerinin hayatlarına girmesiyle aile ilişkilerinde ve bağlarında kopmalara neden olabilmektedir. Öğrencilerin zaman zaman yalan söylemelerine, şiddeti hayatlarında normlaştırmalarına, Türkçe'yi bozuk kullanmalarına sebebiyet verdiği ve bu durumun değer yargılarında da yozlaşmaya neden olduğu belirtilmiştir:

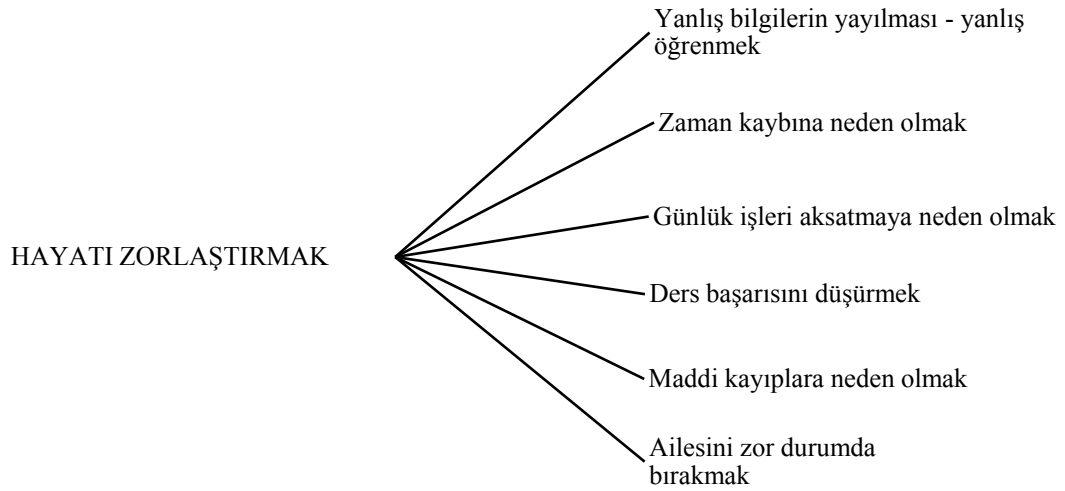


*Şekil 4.31.*Değer yozlaşması alt temasına ait kodlar

*Ülkemizde temel değerlerin yozlaşmasına sebep olabilmekte tarihi kişiliklerin yanlış anlaşılmasına yol açabilmektedir. Öğrenciler bu tarz sosyal mercilerde ahlaksız ve edepsiz paylaşımları izleyebilmekte, ahlakları bozulabilmektedir. Bir örnekle de açıklamak isterim. 8. Sınıf bir tane kız öğrenci erkek arkadaşına facebook üzerinden uygunsuz fotoğraflarını göndermiştir. Daha sonra kız durumunun farkına vardı ve uzun süre korku yaşadı. Bu fotoğrafların yayılması ve bu kız öğrencinin hayatının daha da olumsuz etkilenme durumu vardı. Yaşları küçük olduğu için birtakım şeylerin farkında değiller. Hayatlarını kötü etkileyebilecek risklerle daha fazla karşı karşıya kalabiliyorlar. ÖT-19 Aile içerisinde günümüzde de fazla kullanılmaya başlamış bir durumda. Bu durum aile içerisinde bireylerin birbirinden kopmalarına aşırı bireyselleşmelerine ve en kötüsü de yalnızlaşmalarına neden olmaktadır. En önemli bir diğer riski ise çocuklar birçok değer yargısını sosyal medya yüzünden unutmakta veya artık değersizleştirmektedir. ÖT-11 İnsanlar birbirlerini her an takip ettikleri için ne yaptığını merak etmeyip konuşma gereği dahi duymuyorlar. Artık sohbet ve muhabbetten çok sosyal medyadan yazma ihtiyacı hissediyorlar. ÖT-14 Birçok yanlış davranış bu ağlardan öğreniliyor ve buradan yayılması daha kolaylaşıyor. Bence bu ağlar toplumun ahlaki anlamda çöküntü yaşamasına neden oluyor. Duyarsız bir toplum yaratıyor. Gün içinde toplu taşıma araçlarına baktığımızda herkesin elinde telefon herkes bu ağlarda... Çevresinde bir şey olduğunda kimse önemsemiyor. Çocuklar da böyle bir ortamda yetişip onları örnek alıyor. Bu da insanları*

*yalnızlaştırıp, mutsuzlaştırıyor. ÖT-44 Sosyal medya bağımlılığından dolayı öz Türkçemiz doğru kullanılmamaya başlıyor. ÖT-16*

**4.3.2.6. Hayatı zorlaştırmak.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, hayatı zorlaştırmak alt temasıdır. Öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medya öğrenciler tarafından yanlış bilgilerin yayılmasına ve yanlış öğrenmelere, maddi kayıplara, günlük işleri aksatmaya, ailesini zor durumda bırakmaya, zaman kaybına neden olmaya ve ders başarısının düşmesine neden olması açısından öğrenciler için risk oluşturmaktadır. Öğretmen ifadelerinde hayatı zorlaştırma riskine yönelik en çok tekrar eden kod, yanlış bilgilerin yayılması ve yanlış öğrenmeler oluşturmaları şeklindedir:



Şekil 4.32. Hayatı zorlaştırmak alt temasına ait kodlar

*Sanal ortamda bir konu hakkında birçok bilgi olabiliyor. Bu bilgiler bazen güncelliğini yitirmiş ya da taraflı bir dille yani objektifliğini yitirerek ortaya çıkabiliyor. Öğrencilerin sosyal medya üzerinden paylaştıkları ve edindikleri bilgiler geçerliliğini yitirmiş ya da yanlış olabiliyor. Bu da öğrencilerin o konu hakkında yanlış bilgi edinmelerine sebep oluyor. Bence sosyal medyanın en büyük risklerinden biri bu durumdur. Öğrenciler edindikleri yanlış veya eksik bilgileri öğretmenlerin de bazen haberi olmadan kendi aralarında paylaşıyorlarsa bu yanlış bilgi diğer öğrencilerin de aklını karıştırabiliyor. Bu da riskli bir durum çünkü bu yanlış öğrenmeleri düzeltmek zor olabiliyor. Bu konuda öğrenciler çok dikkatli olmalıdır. ÖT-9 Öğrencilerin dersten çok sosyal medyada vakit geçirmeleri ve asıl amaç dışında sosyal medyada takılı kalmaları en büyük risk bence. Öğrencilerimin velilerinden duyduğum 5-10 dakikalığına diye girilip saatlerce facebook vb. sosyal ağlarda çocuklarını kaldıklarını duyuyorum. Ayrıca burada arkadaşlık kurdukları insanlar tarafından kandırılmaları kendilerine verebilecekleri en büyük zarar. Sırf facebookta bir bağlantıyı beğendi diye okulda kavga edecek kadar ileri gidebiliyorlar. Whatsapp gruplarında ise, soru sormak dışında aşırı muhabbete dalmaları ve sırf soru sormuş olmak için soru sormaları ve sordukları sorularda uzun gereksiz tartışmalara dalmaları diğer risklerdendir. ÖT-10*

**4.3.2.7. Asosyalleşmek.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, asosyalleşmek alt temasıdır. Öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medya öğrenciler için; arkadaş ilişkilerinin bozulması, fiziki ortamda arkadaşlarına zaman ayırmayı azaltması, yüz yüze iletişimi azaltması, aile ilişkilerinin bozulması, olaylara karşı hassasiyetinin azalması gibi nedenlerle asosyalleşme açısından risk oluşturmaktadır:

*Sosyal medya ortamında edinilen kötü arkadaşlıklar çocukları yanlış yere çekebiliyor. Çocuklar çok fazla zaman harcayarak kitap okuma alışkanlıklarını yok ediyor ve yüz yüze iletişim konusunda git gide daha da kötüye gidiyor. Aile bağları ve arkadaşlık bağlarının zayıflamasına neden oluyor. ÖT-12 Sosyal medyanın olumlu yönleri dışında birçok olumsuz yönü de bulunmaktadır. Özellikle ergenlik dönemindeki öğrencilerin sosyal medyayı yanlış kullanması birçok problemi beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın en büyük riski öğrencilere gerçeklikten uzak sanal bir ortam yaratmasıdır. Herkes istediği herhangi bir kimliğe bürünebilir ve o kimlikle istediği her şeyi yapabilme özgürlüğüne sahiptir. Bu yüzden sosyal medyayı çok fazla kullanan öğrenci bir süre sonra gerçek hayattan koparak sosyal medyada yarattığı sanal hayatına çekilmeye başlar. Aynı şey çocuğun sosyal medyadaki diğer arkadaşları için de geçerlidir. Farklı karakterlerle kendilerini tanıtan kişiler gerçek hayatta öğrencilerle bir araya gelerek korkunç davranışlarda bulunabiliyorlar. Bu yüzden sosyal medya kullanımı gerekli olmakla birlikte kesinlikle ebeveynler tarafından kontrol altında tutulmalıdır. ÖT-18*

**4.3.2.8. Suça maruz kalmak.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise, suça maruz kalma alt temasıdır. Öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medyanın öğrencileri tarafından bilinçsizce kullanımı; kişisel bilgilerinin başkasının eline geçmesi, başının belaya girmesi, siber zorbalığa maruz kalması ve madde bağımlılığına özenmeleri açısından risk oluşturmaktadır:

*Bazen de kötü niyetli bu kişiler sosyal medya ağlarında önce çocuklarla arkadaş olup, sonra onları madde bağımlılığına yönlendirmektedir. Bazen de organ mafyasının veya cinsel istismar amacı taşıyan kişilerle oralarda muhatap olabilirler. Dolayısıyla öğrencilerimiz sosyal medya ortamında hem maddi hem de manevi risklerle karşı karşıyadır. ÖT-4 Örneğin geçen sene dersine girdiğim bir kız öğrencim sınıftaki erkek arkadaşlarına sosyal medya üzerinden uygun olmayan mesajlar yazmıştı. Bu durum karşısında erkek öğrencilerimin hepsi şikâyetle bulundular. Kız öğrencim yaşananlardan haberi olmadığını çünkü o facebook hesabının çalındığını söyledi. Bunun üzerine tüm öğrencilerimin facebook üzerinden o hesabı şikâyet etmelerini söyledim ki çalınan hesap kapansın. Böylelikle başka öğrencilere zarar vermesini engelledik. ÖT-40 Sosyal medyanın öncelikli riskleri bağımlılık yaratması ve öğrencileri dış tehditlere açık hale getirebilmesidir. Ayrıca kendilerini bu mecrada fazlasıyla ifade etmeye çalışmaları (kendini abartma eğilimi gibi) ve başkalarının ne yaptığı gibi kendileri için çok da gerekli olmayan zaman öldürücü faaliyetlerle fazlaca meşgul olmaları da diğer riskler arasında. Ancak sosyal medyanın en büyük ve en önemli riski öğrencileri kötü niyetli insanlar tarafından kolayca ulaşılabilir hale getirebilmesi. Örneğin; bir grup öğrenci hiç tanımadığı biriyle günlerce sosyal medya üzerinden konuşup bilgi paylaşımında bulunabiliyor. Öğrencilerimden bazıları da internet üzerinden siber zorbalığa maruz kalmaktadır. Arkadaşları veya kötü niyetli kişiler tarafından sosyal medya hesaplarının çalındığını ve onlar adına kötü işler yapıldığını söyleyen çok öğrencim var. Onların hesaplarından başkalarına küfür, hakaret, onu küçük düşürme gibi davranışlarda bulunuyorlar. Çocuklar bu durumu herkesle paylaşmıyorlar. Kendileri çözmeye çalışıyorlar. Ama bazen işin içinden daha da çıkamıyorlar. ÖT-2*

**4.3.2.9. Sağlık-fiziksel.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise sağlık-fiziksel alt temasıdır. Öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medya öğrenciler için; sağlık sorunlarından fiziksel sorunlara ve obeziteye neden olma konularında risk oluşturmaktadır:

*Kişinin güvenliği açısından risk oluşturmaktadır. Pc başında fazla zaman geçirince hareketsiz kalır obezite olabilirler. Çocuklar gerçekten birebir yüz yüze iletişime geçemediklerinden sosyalleşmesinde sorun oluşturur. Çevrimiçi oyunlar çocuklar gerçekle sanalı ayırt edemediklerinden psikolojilerinin bozulmasına neden olur. Ayrıca mahremiyet konuları ifşa edilebilir. ÖT-42 Sosyal medya özellikle yaşları küçük çocuklar için olumsuz örnek oluşturacak içeriklere sahip olabiliyor. Örneğin şiddet, siyasi konular, olumsuz akranlar edinme, uygun olmayan içeriklere ulaşma gibi... Özellikle şiddet içerikli oyun, video vb. şeyler çocukları olumsuz yönden etkileyebiliyor. ÖT-43 Yabancı bireylerle tanışıp yanlış işlere kalkışabilirler. Sanal dünyanın içinde kendini bulup gerçek hayatta yalnız kalan bireyler haline gelebilirler. Kötü alışkanlıklar iyi davranış gibi gösterildiğinden bunlara özenip onlarda o tür davranışlara özenebilirler. Telefon, bilgisayar ya da internet olmadan yapamıyorlar. Sürekli kendilerinde eksiklikler hissederler. ÖT-45*

**4.3.2.10. Güven.** Sosyal medyanın öğretmenlerin gözünden öğrencileri için riskleri temasındaki diğer bir alt tema ise güven alt temasıdır. Öğretmen ifadelerinden hareketle sosyal medya öğrenciler için; özel bilgilerin kamulaşmasına yol açma, güvenlik ve gizlilik açısından yetersizlik konularında risk oluşturmaktadır:

*Facebook, instagram, twitter gibi siteler yüzünden ise, özel hayatın gizliliği ortadan kalkıyor. ÖT-14 Kişilerin özel hayatlarına üçüncü kişilerin rahatlıkla ulaşabilmesi bence en büyük risktir. ÖT-41 Özellikle çocuklar çevrimiçi oyunlarda çok fazla vakit geçiriyor. Bu onların bağımlı olmasına neden olabiliyor. Grupla oynanan oyunlarda diğer taraftaki kişilerle çevrimiçi iletişime geçildiği için birçok güvenlik sıkıntısı doğabiliyor. Mahremiyet konuları ifşa ediliyor. ÖT-38 Aile sosyal medya konusunda bilinçli değilse çocuğunu doğru yönlendiremez ve eğitemez. Benim öğrencilerimde gözlemlerim de bu yönde... Anne babaları bilinçsizse çocukları da bu konuda bilinçsiz oluyor. Çocuklar yanlış sitelere girebiliyor ya da zamanlarının büyük bir kısmını burada oyun oynayarak geçiriyorlar. ÖT-15*

### 4.3.3. Öneriler

Sosyal medya paydaşlarından olan öğretmenlerin gözünden, sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu araştırmada, öğretmenlerin önerileri teması ele alınmıştır. Öğretmen ifadelerinden sosyal medyaya ilişkin kendisine, öğrencilere, velilere ve medyaya yönelik önerilerine ilişkin alt tema ve kodlar oluşturulmuş olup, kodların tekrar sayıları alt temalarla birlikte tablo halinde sunulmuştur. Sosyal medyanın öğrenciler için yararlar ve risklerine yönelik veli önerilerinin sunulduğu bu temada ortaya çıkan alt temalardan kendisine yönelik olarak; eğitime entegre, rehberlik, anlayış ve farkındalık eğitimi öğrencilere yönelik olarak; sosyalleşmek, bilinçli hareket,

sınırlandırmak ve temkinli olmak velilere yönelik; temkinli olmak, rehberlik ve anlayış; medyaya yönelik önerileri ise bilinçlendirme, sınırlandırma ve güvenilirlik şeklindedir.

Tablo 4.9

*Öğretmenlerin önerileri*

TEMA	ALT TEMA	KOD	F	
<b>KENDİSİNE</b>				
ÖNERİLER	Rehberlik	<b>Bilinçli kullanma konusunda bilgilendirmek</b>	<b>30</b>	
		Rehber olmak	25	
		Yarar ve risklerini anlatmak	21	
		Uyarmak	18	
		Bağımlılık azaltıcı aktiviteler yapmak-yönlendirmek	11	
		Güvenli- faydalı sitelere yönlendirmek	10	
		Aktif kullanıcı olmak	8	
		Örnek olmak	8	
		Konuyla ilgili materyaller hazırlamak	6	
		İçten denetimli olmaya teşvik	4	
		Sınıfta yaşanmış gerçek olayları ele almak	4	
		Sosyal medya grupları kurup bilinçlendirme yapmak	3	
		Farkındalık eğitimi	<b>Sosyal medya farkındalık eğitimi vermek</b>	<b>17</b>
			Zaman kaybına dikkat çekmek	7
Eğitime entegre	<b>Sosyal medyayı derste kullanmak</b>	<b>11</b>		
	Eğitsel faaliyetlere sosyal medyadan devam etmek	5		
	Medya okuryazarlığı eğitimi vermek	3		
Anlayış	<b>Empati kurmak</b>	<b>3</b>		
	Güven vermek	2		
<b>ÖĞRENCİLERE</b>				
ÖNERİLER	Bilinçli hareket	<b>Bilinçli kullanmak</b>	<b>27</b>	
		İçten denetimli olmak	13	
		Bilgi ve tecrübesini arttırmak	13	
		Sadece gerektiği kadar kullanmak	13	
		Kötü içeriklerden uzak durmak	11	
		Kişisel gelişim ve derinleşme amaçlı kullanmak	8	
		Akademik amaçlı kullanmak	7	
		Ölçülü olmak	6	
		Yaşanan kötü olaylardan ders almak	5	
		Ailesine güvenmek	4	
		Temkinli olmak	<b>Temkinli kullanmak</b>	<b>19</b>
			Gizlilik- güvenliğe dikkat etmek	10
			Risklerine dikkat etmek	9
			Siber zorbalıktan korunma-uzak durmak	7
Bağımlı olmaktan kaçınmak	5			
Öncelikle rehber eşliğinde kullanmak	4			
Sınırlandırmak	<b>Burada daha az vakit geçirmek</b>		<b>12</b>	
	Ailenin koyduğu kurallara uymak	8		
	Sosyal medyadan uzak durmak	1		
Sosyalleşmek	<b>Sosyal aktivitelere daha çok zaman ayırmak</b>	<b>8</b>		
	Aileye daha çok zaman ayırmak	6		
<b>VELİLERE</b>				
ÖNERİLER	Temkinli olmak	<b>Koruma altında tutmak</b>	<b>33</b>	
		Temkinli davranmak	20	
		Zaman sınırlandırması koymak	20	
		Güvenlik-gizliliğe önem vermek	13	
		Çocuklarının şifrelerini bilmek	5	

TEMA	ALT TEMA	KOD	F
Rehberlik		<b>Uzman yardımı almak- kendini geliştirmek</b>	<b>16</b>
		Aktif olarak kullanmak	11
		Yarar ve risklerini anlatmak	10
		Örnek olmak	10
		Uyarmak	8
		Günlük genel bir program yapmak	4
		Sosyal aktivitelere yönlendirmek	3
		Öğretmenlerle işbirliği içinde olmak	2
		Anlayış	
Çocuklarıyla daha fazla zaman geçirmek	5		
Ölçülü olmak	4		
<b>MEDYAYA</b>			
Bilinçlendirmek		<b>Bilgilendirici dizi-reklam filmi yapılması</b>	<b>27</b>
		Yayınların bir süresinin bilgilendirici içeriklere ayrılması	20
		Kamu spotu	19
		Sosyal medya bilinci ve farkındalığı kazandırmak	12
		Çocuklara uygun eğitici sitelerin olması	9
		Sevilen isimlerin bilgilendirici konuşmalar yapması	3
		Sosyal ağların çocuk eğitimini destekleyici olması	3
		Uzmanların konuşması	2
		İnterneti açınca hatırlatıcı notların kendiliğinden çıkması	2
Sınırlandırmak		<b>Güvenli medya kullanım ortamı oluşturması</b>	<b>14</b>
		Sınır koymak	13
		Gereksiz çıkan bilgilerin engellenmesini	7
		Uyarılar vermek	6
		Uygunsuz içeriklerin engellenmesi	6
Güvenilirlik		<b>Etik durmak</b>	<b>9</b>
		Doğru bilgiler vermek	7

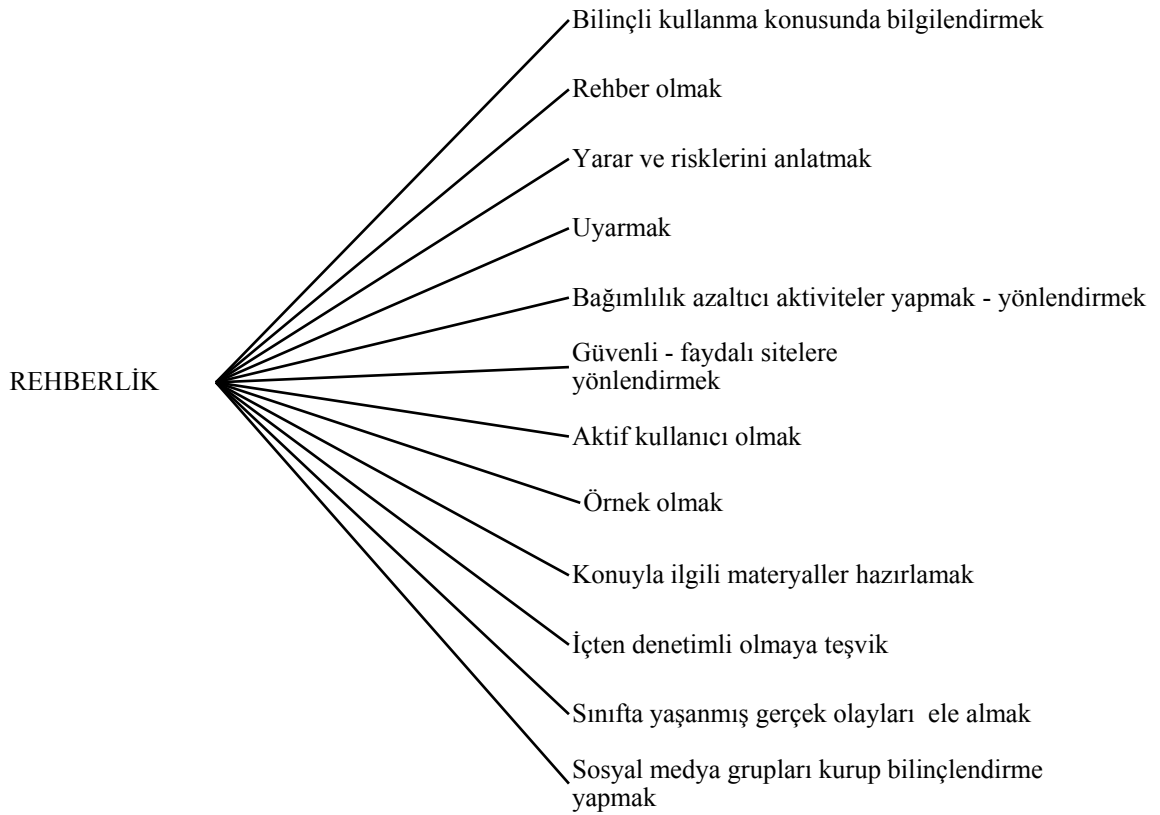
#### 4.3.3.1. Öneriler-kendisine.

**4.3.3.1.1. Eğitime entegre.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenlerin, öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik kendilerine yaptıkları önerilerden eğitime entegre alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler; sosyal medyayı derste kullanma, medya okuryazarlığı eğitimi verme, eğitsel faaliyetlere sosyal medyadan devam etmelerinin öğrencilerin sosyal medya kullanımları konusunda faydalı olacağını düşünmektedirler:

*Etkileşimli tahtalardan çocuklara her hafta yeni bir yazarı tanıtıyorum. Sosyal medya ortamındaki videolarla dilbilgisine yönelik sorular hazırlıyorum. ÖT-15 İnternette film izletiyorum, buradan görsel materyaller gösteriyorum. Akılda daha kalıcı oluyor. ÖT-17 Sosyal medyayı sınıfta ve dışarıda aktif kullanmak öğrencilerle iletişimi kolaylaştırıyor ve onları takip edebilme fırsatı da sunuyor. Sosyal medyada oluşturduğumuz gruplar sayesinde gün boyu sosyal medya kullanan öğrencilere daha kolay ve rahat bir şekilde duyuru yapabiliyorum. Ayrıca grup çalışmalarını yürütmeye işimi kolaylaştırıyor. ÖT-39 Bu dönemdeki çocuklara zararlarla ilgili mevcut vaka örneklerini videolarla sunuyorum. Sınıf içinde konu ile ilgili drama, rol oynama teknikleriyle farkındalık oluşturmaya çalışıyorum. ÖT-41 Sosyal medya okullarda özellikle bilişim sınıflarında ve diğer ders sınıflarında etkili bir şekilde kullanılabilir. Dil öğretimi açısından duymak ve anlayabilmek çok önemlidir. Bu yüzden sosyal medyada öğrenciler öğretmen eşliğinde internet üzerinden farklı milletlerden öğrencilerle iletişim kurabilir ve anlaşabilirler. Bilgisayar sınıflarında oluşturulan güvenli internet ve*

*sohbet odalarında yine öğretmen kontrolü altında öğrenciler ağ üzerinden farklı milletlerden akranlarıyla görüntülü bir şekilde pratik yapabilirler. Sonuç olarak doğru kullanıldığında sosyal medyanın dil öğretimine katkısı büyüktür. ÖT-18 Online oyunlarla dersimle ilgili oyunları oynatıyorum. ÖT-35*

**4.3.3.1.2. Rehberlik.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenler, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik kendilerine yaptıkları önerilerden rehberlik alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda kendilerine; yarar ve risklerini öğrencilere anlatma ve aktif sosyal medya kullanıcıları olma, öğrencileri zaman zaman uyarma, öğrenci ve velilere yönelik seminerler yapma, sosyal medya grupları kurup çocuklara bilinçlendirme çalışmaları yapma, konuyla ilgili materyaller hazırlama, çocuklara rehber ve örnek olma, çocuklara bağımlılık azaltıcı aktiviteler yapmak ve güvenli- faydalı sitelere yönlendirme, öğrencileri içten denetimli olmaya teşvik etme, aileyle ortak hareket etme ve sosyal medyada farkındalık eğitimi vermelerini önermektedirler. Veli ifadelerinde en çok tekrar eden kod öğrencileri sosyal medyayı bilinçli kullanma konusunda uyarmak olurken, en az tekrar eden kod ise, sosyal medyada kurulan gruplar aracılığıyla bilinçlendirme çalışmaları yapmak olmuştur:



Şekil 4.33.Rehberlik alt temasına ait kodlar



*Mümkün oldukça öğrencileri bilinçlendirmeye çalışıyorum. Her şeye hemen inanmamaları, önce düşünüp detaylı araştırmalarını istiyorum. Ödevlerini yaparken veya bir konu hakkında araştırma yaparken, güvenilir sitelere veya kaynağı belli olan verilere ulaşarak araştırma yapmalarını tembihliyorum. Her şeyi internette hazır almak yerine kendilerinden de bir şeyler katacakları bilgiye yönlendiriyorum. ÖT-1 “Bilinçli internet ve sosyal medya konusunda öğrencileri bilgilendiriyorum. Onlara sosyal medyayla ilgili bildiklerim konusunda rehberlik ediyorum. ÖT-26 Öğrencilerimi sosyal medyanın yarar ve riskleri konusunda bilgilendiriyorum. Onlar için faydalı olabilecek site önerilerinde bulunuyorum. ÖT-3 Maalesef bu konuda öğrenciler yeteri kadar bilgilendirilmemektedir. Sadece konusu açıldığında ilgili konulardan uyarı veya yönlendirme yapmakla birlikte birçok konuda yeterince vakit ayıramadığımı üzülerek söyleyebilirim. Bununla birlikte zaman zaman şifrelerini nasıl daha güvenli hale getirebilecekleri araştırmalarını belirli çerçevede yapmaları halinde uygunsuz paylaşımlarla karşı karşıya kalma riskinin azalacağı veya dersleriyle ilgili ne şekilde kullanabilecekleri hakkında bilgilendirme yapıyorum. ÖT-4 “Öğrencilerime bilgi paylaşımı konusunda kullandıkları kaynakları geçerli ve güvenli olan sosyal medya öğelerini kullanmalarını tavsiye ediyorum. Sosyal medyada karşılaştıkları her şeyin doğru olmayabileceğini bazen aynı konu hakkında değişik ifadeler kullanan sosyal medya öğeleri olduğunu söylüyorum. Bir konuda bilgi edinirken sosyal medyadan da olsa mutlaka detaylı araştırma yapmalarını ve güvenilir kaynaklardan bilgi edinmelerini söylüyorum. Aksi takdirde bilgi kirliliği içinde araştırdıkları konuları yanlış veya eksik öğrenebileceklerini söylüyorum. ÖT-8*

**4.3.3.1.3. Anlayış.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenler, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik kendilerine yaptıkları önerilerden anlayış alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda kendilerine ve meslektaşlarına öğrencilerle empati kurma ve onlara güven verme konularında önerilerde bulunmaktadır:

*Sosyal medyada yaşadıkları olayları birbirine anlatarak birbirine de örnek olmalarını sağlamaya çalışıyorum. Kendi başımdan geçenleri, duyduklarımı gördüklerimi de paylaşım, farkındalıklarını artırmaya çalışıyorum. ÖT-30 Olabildiğince sosyal medyayı kullanmamaya gayret ediyorum. Gerekli olduğu takdirde günlük hayatımda kullanıyorum. Sınırlı sayıda sosyal medya hesabım var. Ve çocukları bu konuda dikkatli olmaları yönünde uyarıyorum. 8. Sınıf İngilizce kitabında da öğrencilerin bu konuda dikkatli olmaları yönünde bir bölüm de yer almaktadır. Ben de bu üniteyi işlerken bu konularda dikkatli davranmaları için uyarıyorum. ÖT-12 Öğrencilerin teknolojiyle birlikte yaşamalarını desteklemekle birlikte riskleri konusunda da bilinçlendirilmeleri gerektiği inancındayım. ÖT-11*

**4.3.3.1.4 Farkındalık eğitimi.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenler, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik kendilerine yaptıkları önerilerden farkındalık eğitimi alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda kendilerine ve meslektaşlarına öğrencilerin sosyal medya konusunda zaman kaybına dikkat çekmek ve sosyal medya farkındalık eğitimi verme konularında hassasiyet göstermenin yanında diğer meslektaşlarına da bu duyarlılığı göstermelerini önermektedirler:

*Öğrencilerimin bilinçlenmesi adına bilinçli internet projesi kapsamında etkinlikler yapıyorum. Amacım öğrencilerimin ne kadar çok sosyal medya kullandığının farkında olmalarını sağlamaktır. Bu*

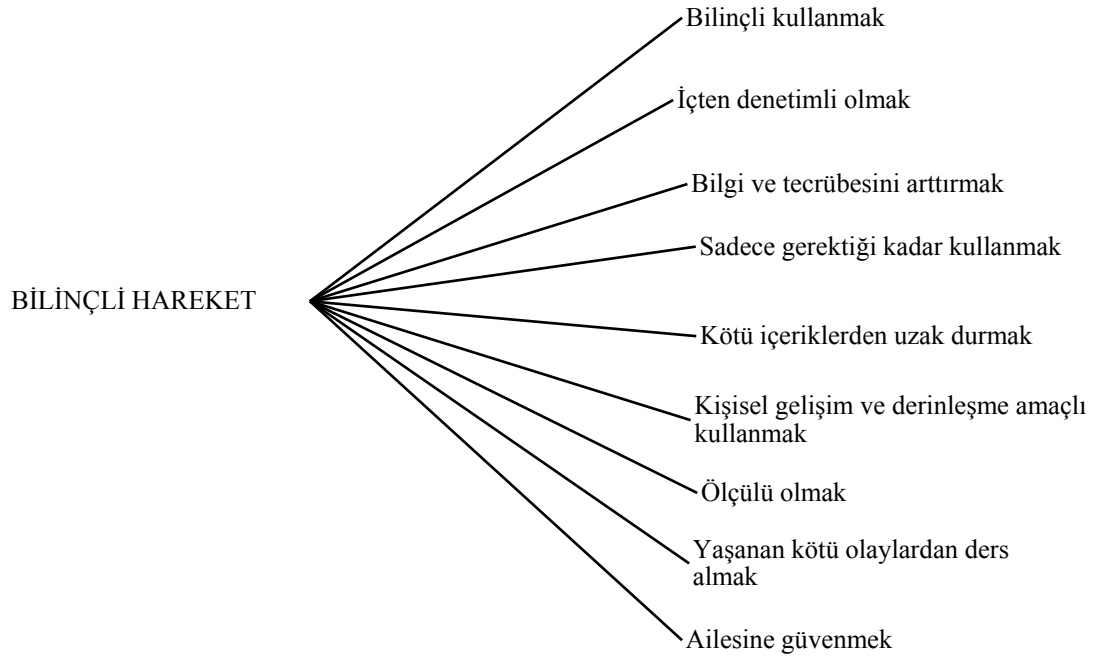
*etkinlikler ne derece önemli olur, ne derece farkındalığı artırır bilinmez ama en azından ne kadar kullandığını daha doğrusu ne kadar fazla kullandığını fark etmeye başladılar. ÖT-30 Sosyal medyanın yararlı bir şekilde kullanımıyla ilgili örnekler veriyorum. Bu konuda dikkat edilmediğinde oluşan riskleri ele alıyorum. Vakitlerinin değerli olduklarını boşa giden bir saniyenin geleceklerinde büyük etkisi olacağını vurguluyorum. ÖT-10 Bu konuda sınıfta tartışma grupları oluşturarak, sosyal medyayı artıları ve eksileri üzerine derinlemesine bilgi sahibi olmasını sağlıyorum. ÖT-38 Biz öğretmenleri bazen ailesinden daha çok dinleyebiliyorlar. Konuda sosyal medya üzerinde yabancılarla bilgi paylaşımının riskleri hakkında öğrencileri uarmaya çalışıyorum. Yaşanmış olumsuz örnekleri sınıfta onlarla paylaşıyorum. Zaman yönetimi konusunda bizi ne kadar engelleyebildiğini ve zamanımızın ne kadar değerli olduğunu bu sebeple de sosyal medya kullanımının daha bilinçli şekilde yapılması gerektiğini sık sık belirtiyorum. Daha çok işimize yarayacak kadar kullanmamız gerektiğini belirtiyorum. ÖT-2Sınıfta öğrencilerimi sosyal medyayı daha nasıl etkin bir şekilde kullanabilecekleri konusunda bilgi veriyorum. Ayrıca sosyal medya ortamlarında doğabilecek riskler konusunda onları uyarıyorum. Olabilecek bazı kötü durumlar karşısında nasıl hareket etmeleri konusunda onları uyarıyorum. ÖT-10*

#### **4.3.3.2. Öneriler- öğrencilere.**

**4.3.3.2.1. Sosyalleşmek.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenler, öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptıkları önerilerden sosyalleşmek alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda öğrencilerine sosyal aktivitelere ve ailesine daha çok zaman ayırmalarını önermektedirler:

*Boş zamanlarının tümünü sosyal medya ile değil, kitap okuyarak, gezerek, arkadaşlarına, ailesi ile zaman geçirerek değerlendirmelidir. ÖT-32 Öğrenciler sanal hayatlarından kopup gerçek hayattaki ailesine akrabalarına daha fazla zaman ayırmalı. ÖT-40 Zamanlarını çoğunu internet başında geçirmemelidir. Ailesi ve arkadaşlarıyla ortak zaman geçirmeliler. ÖT-42 Aradıkları sevgiyi, saygıyı ve ilgiyi sosyal medyadan bulamayacaklarını idrak etmeleri gerekiyor. ÖT-31*

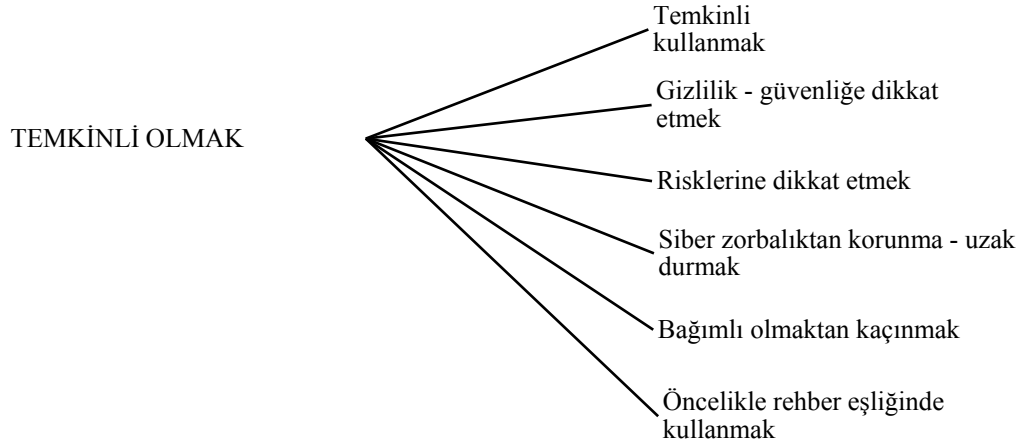
**4.3.3.2.2. Bilinçli hareket.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenler, öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptıkları önerilerden bilinçli hareket alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler öğrencilerine sosyal medyayı kullanırken; bilinçli kullanmaları, ölçülü ve içten denetimli olmaları, kötü içeriklerden uzak durmaları, yaşanan kötü olaylardan ders almaları, ailesine güvenmeleri, sosyal medyayı akademik ve kişisel gelişim ve derinleşme amaçlı kullanmaları, bilgi ve tecrübesini arttırmaları ve sadece gerektiği kadar kullanmaları konusunda önerilerde bulunmaktadır. Öğretmenlerin öğrencilere önerilerinde en çok tekrar eden kod bilinçli kullanmaları yönünde olurken, en az tekrar eden kod ise ailesine güvenmek olmuştur:



Şekil 4.34. Bilinçli hareket alt temasına ait kodlar

*Okullarda sosyal medya ve internetle ilgili seminerlere katılarak gerekli bilgileri edinmelidir. Öğretmen, ebeveyn gibi yetişkinlerin uyarılarını dikkate almalı ve onların kontrolünde sosyal medyayı kullanmalıdır. ÖT-43 Öğrenciler sosyal medyayı bilgiye ulaşmak, arkadaş ilişkilerini geliştirmek, yeri geldiği zaman eğlenmek için kullanmalı. ÖT-20 Öğrenciler de olumlu ve olumsuz örnekleri araştırmalı. Ve buna göre davranmalı. Bu işin bilincinde olan öğrenciler diğer arkadaşlarını uyarmalı ve bilgilendirmeliler. ÖT-22 Sadece ihtiyaç halinde (mesela ödev ve müzik yabancı filmler) kullanmayı öğrenmeliler. ÖT-27 Öğrenciler sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmalı ve yararlı faaliyetlerde yer alarak bir şeyler başarma hissini tatmalıdır. ÖT-18 Yaşadığı her şeyi ailesine mutlaka anlatmalıdır. ÖT-13*

**4.3.3.2.3. Temkinli olmak.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenler, öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptıkları önerilerden temkinli olmak alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler öğrencilerine sosyal medyayı kullanırken; bağımlı olmaktan kaçınmalarını, öncelikle rehber eşliğinde kullanmalarını, siber zorbalıktan korunma ve uzak durmalarını, temkinli kullanmalarını, risklerine dikkat etmelerini, gizlilik ve güvenliğe dikkat etmelerini önermektedirler. Öğretmen ifadelerinde sosyal medya kullanımı konusunda öğrencilere önerilerde en fazla tekrara eden kod temkinli kullanmak olurken, en az tekrar eden kod ise rehber eşliğinde kullanmak olmuştur:



Şekil 4.35. Temkinli olmak alt temasına ait kodlar

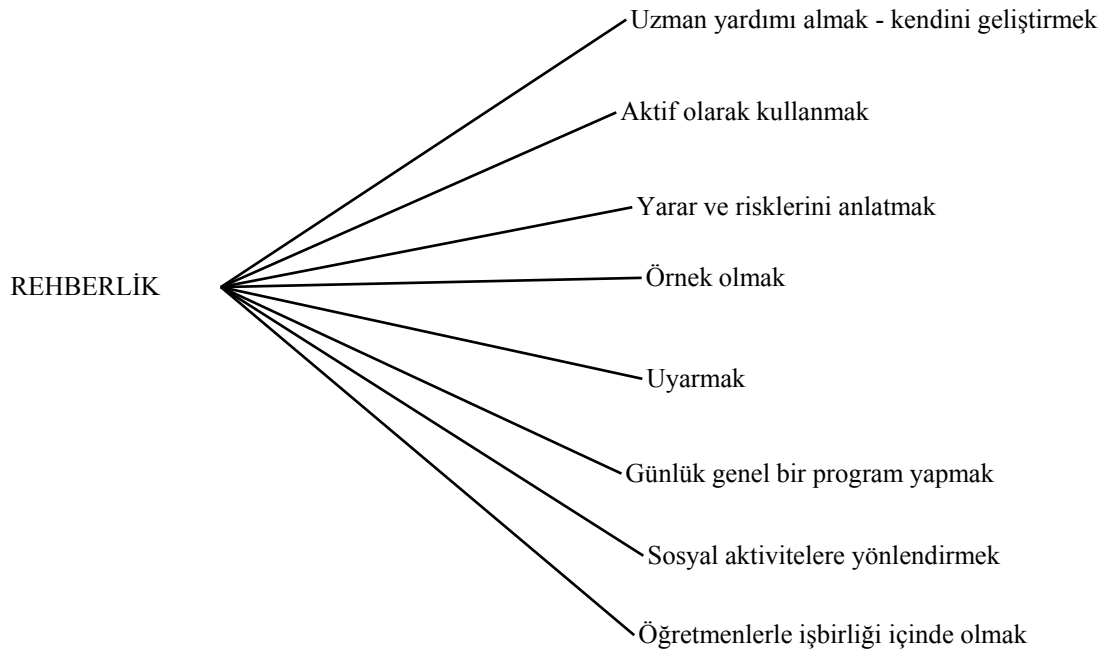
*Öğrenciler sosyal medyada takip ettikleri sayıların, sitelerin amaçlarının bilincinde olmalılar. Bu konuda hassas davranmalılar. ÖT-25 Öğrenciler bilen birilerine danışmadan araştırma yapmadan her sosyal medya ağına üye olmamalı. Kimlik ve özel bilgilerini açıklamamalı. ÖT-13 Öğrenciler sosyal medyada tanımadıkları kişilerle iletişime geçmemeli. Tanımadıkları kişileri sosyal medya hesaplarına eklememeliler. Gelen yabancı e-postaları açmamalılar. Yararlı sayfalara üye olmalılar. ÖT-29 Sosyal medyayı kullanırken siteleri seçerken büyüklerine danışmalıdırlar. Fikirlerini almalı, kendileri de karşılaştıkları farklı olayları bilgileri büyükleriyle paylaşmalıdır. ÖT-37*

**4.3.3.2.4. Sınırlandırmak.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenler, öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptıkları önerilerden sınırlandırma alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler öğrencilerine sosyal medyayı kullanırken; ailenin koyduğu kurallara uyma, burada daha az vakit geçirme ve sosyal medyadan uzak durmalarına yönelik önerilerde bulunmaktadır:

*Öğrenciler sosyal medyayı gündemi takip etmek, bilgi edinmek, haberleşmek amacıyla kullanılmalıdır. Günde 1 saatten fazla vakit ayırmamalılar. ÖT-24 Öğrenciler sosyal medyayı daha az kullanılmalıdır. Kendilerini kontrol edebilmeliler. Önceliklerini iyi değerlendirmeliler. ÖT-30 Öğrenciler sosyal medyada geçirdikleri süreleri planlamalıdır. Zamanlarının çoğunu internet başında geçirmemeli. Ailesine ve arkadaşlarına da zaman ayırmalılar. ÖT-38 Anne, baba ve öğretmenlerinin uyarılarını dinlemeleri gerekir. Ders çalışma sırasında sosyal medyaya girilebilecek uyarıcılardan uzak yerlerde durmaya dikkat etmeli. ÖT-16*

#### 4.3.3.3. Öneriler-velilere.

**4.3.3.3.1. Rehberlik.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik velilere yaptıkları önerilerden rehber olmak alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda velilere; öğretmenlerle işbirliği içinde olma, yarar ve risklerini anlatma, uyarılarda bulunma, sosyal aktivitelere yönlendirme, örnek olma, günlük genel bir program yapma, aktif olarak kullanma, uzman yardımı alma ve kendini geliştirmeleri konusunda önerilerde bulunmaktadır. Öğretmenlerin rehberlik alt temasında velilere önerilerinde en fazla vurgulanan kod, uzman yardımı almak ve kendini geliştirmek olurken, en az vurgulanan kod ise sosyal aktivitelere yönlendirmek olmuştur:

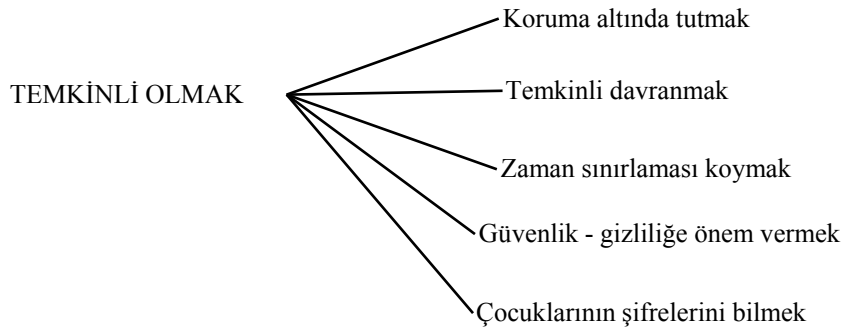


Şekil 4.35. Rehberlik alt temasına ait kodlar

*Veliler çocuklarını takip etmeli çocuklarının girdikleri sitelerden haberdar olmalı. Gerekirse güvenlik duvarı oluşturmalıdır. Veliler bu konuda uzman kişiler ve okulla işbirliği yaparak, çözüm aramalıdır. Onları sanal ortamdan uzaklaştırmak için gerçek hayatta hoşlarına gidecek etkinlikler bulmalı. Böylelikle onların bağımlı ve asosyal kişiler olmalarının önüne geçebilirler. ÖT-1 Veliler sosyal medya kullanımı konusunda kendilerini geliştirip çocuklarına doğru bir rehberlik ve yönlendirme yapmalılar. Ayrıca Velilere bilinçli internet kullanımı konusunda seminer verilmeli ve veliler de bu konuda kendilerini geliştirmeye açık olmalılar. Ayrıca kadın kuşağı programlarında bu konulara değinilmelidir. ÖT-26 Velilerin çocuklarına bu konuda yardımcı olabilmeleri için onların da internet*

kullanımına hâkim olmaları sosyal medya jargonunu iyi bilmeleri gerekiyor. Velilerin kişisel hesaplarında paylaştıklarının da çocuklarına örnek olacak nitelikte olması lazım. ÖT-41 Veliler tek başlarına başa çıkamayacakları durumlarda ise konusunda uzman kişilerden yardım alarak bu sorunu aşabilir. ÖT-4 Kendileri sosyal medyayı kullanmıyorlarsa, mutlaka kullanmaya başlamalıdır. Çocuklarının kullandığı ve kullanmak istedikleri sosyal medya araçlarını öğrenip onlara rehberlik etmelidir. Kısacası onları sosyal mecralarda ıssız bırakmamalıdır. ÖT-10 Bence ailelere bu konuda sosyal medya eğitimi verilmelidir. Öğrencileri takip etmelidir ve kendilerini geliştirmeliler. ÖT-15

**4.3.3.3.2. Temkinli olmak.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik velilere yaptıkları önerilerden temkinli olmak alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda velilere; çocuklarını koruma altında tutmak, çocuklarının sosyal medya hesaplarında güvenlik ve gizliliğe önem verme ve sosyal medya hesap şifrelerini bilmek, temkinli davranma ve zaman sınırlandırması koymaları konusunda önerilerde bulunmaktadır. Temkinli olmak alt temasında, öğretmenlerin velilere önerilerinde en fazla vurgulanan kod koruma altında tutmak olurken, en az vurgulanan kod ise, şifrelerini bilmek olmuştur:



Şekil 4.36. Temkinli olmak alt temasına ait kodlar

Öğrenciyi rahatsız etmeyecek özel alanına müdahale etmeyecek şekilde çaktırmadan kontrol etmelidir. Sosyal medyada sosyal hayatını, ailesini, arkadaşlarını ve ödevlerini ihmal edecek şekilde zaman geçirmesine engel olabilirler. İnternete girdiklerinde zaman sınırı koymalıdır. ÖT-2 Veliler öğrenciyi ve sosyal hesaplarını takip etmeli. Öğrencinin kullandığı bilgisayarda mutlaka güvenlik programını bulundurmalarıdır. Öğrenci interneti kapalı ve tek başına olduğu bir ortamda değil, veli gözetiminde kullanılmalı. Öğrencinin internet geçmişi sık sık kontrol edilmeli hangi sitelere girdiğine bakılmalı ve bilgisayarla geçirdiği zamana sınırlama getirilmelidir. Ama veli önce kendi davranışlarıyla çocuğa doğru örnek olmalı sonra öğrenciyi internet kullanımı konusunda bilgilendirmeli. ÖT-3 Veliler bu konuda oldukça dikkatli olmalı. Çocuklarının sosyal medya hesaplarını ve sosyal medyadaki aktivitelerini sürekli kontrol etmeli ve onları denetimleri altında bulundurmaları gerekir. Veliler evlerdeki internetlere aile koruma şifreleri koymak gerekir. Bir nebze de olsa internetin sakıncalarını önlemiş olurlar. Ayrıca internetin yararları ve zararları konusunda onlara rehberlik edip örnek olmalı. Çocuklarının internet ve bilgisayar başında geçirdikleri

süreleri takip etmelidir. ÖT-8 Çocukların her isteklerine 'evet' denilmemelidir. Onların kullandıkları internetlere filtre, aile koruma şifresi konmalı ve çocuklarını bilgisayar başında ya da internetle baş başa bırakmak yerine ne yaptıklarını kimlerle konuştuklarını takip etmelidir. ÖT-10 Bu konuda velilerin yapması gereken en önemli şey çocuğunu mümkün olduğunca sosyal medyanın zararlarından korumalarıdır. Bu da kesinlikle çocuğa sınırlandırma getirmekle mümkündür. Çocuk günün büyük bir bölümünü bilgisayar başında sosyal medyada geçirmemelidir. Gerçek hayattan bağlarını koparmasına izin verilmeyerek, öğrencinin belirli zamanlarda kendisine yararlı olacak sitelerde vakit geçirmesi sağlanmalıdır. Fakat öğrenci anne ya da babasının baskısını ya da korkusunu üzerinde hissetmemelidir. Veli kontrolü çocuğa hissettirmeden yapılmalıdır. Olumsuz sitelere girişin engellenmesi ya da internet ortamında öğrenciyle birlikte bulunma gibi birçok önlem veli tarafından alınabilir. ÖT-18

**4.3.3.3. Anlayış.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik velilere yaptıkları önerilerden temkinli olmak alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda velilere çocuklarına karşı; ölçülü olma, çocuklarıyla daha yakın ilişkiler kurma ve çocuklarıyla daha fazla zaman geçirmeleri konusunda dikkatli olmalarını önermektedir:

*Velilere çok büyük görev düşmektedir. Öğrencilerin saatlerce vakit geçirmesini engellemelidirler. Öncelikle sosyal medya kullanımları belli saat dilimleri arasında sınırlı olmalıdır. Çocuklarının tüm hareketlerine dikkat edip, onlardaki değişimleri farketmelidir. Olabildiğince düzgün yetiştirmeye çalışılmalıdır. En önemli nokta da çocuğunu sıcak aile ortamından mahrum edip kendi eliyle başka ortamlara itmemelidir. ÖT-7 Sosyal medya ile harcadıkları vaktin süresini azaltmak için çocuklarıyla daha çok vakit geçirmeliler. ÖT-21*

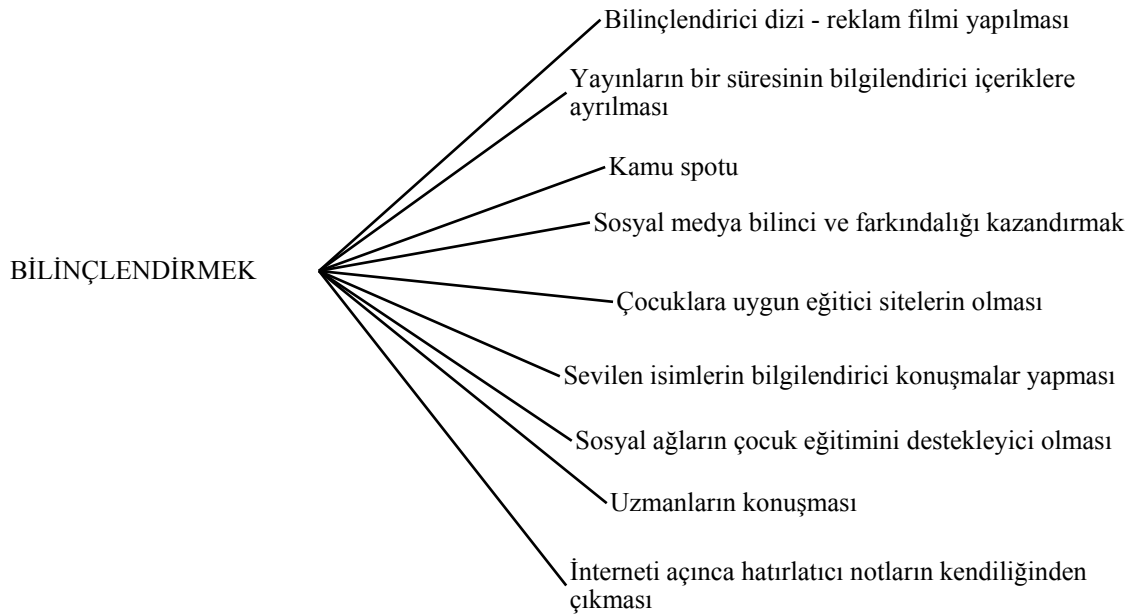
#### **4.3.3.4. Öneriler- medyaya.**

**4.3.3.4.1. Güvenilirlik.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik medyaya yaptıkları önerilerden güvenilirlik alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda medyaya; doğru bilgiler vermeleri ve etik bir duruş sergilemeleri konusunda önerilerde bulunmaktadırlar:

*Kesinlikle en büyük iş medyaya düşmektedir. Medya sürekli kötü örnekleri televizyona çıkarmaktadır. Sürekli onların popüler ve güzel bir hayat yaşadığı izlenimini vermeye çalışmakta. Sürekli insanları bu tarz şeylere çekmeye çalışmakta ve prim yapan bütün kötü durumları ballandıra ballandıra anlatmaktadır. Sosyal medyayı hayatın sanki olmazsa olmazı gibi göstermeyi bırakmalıdır. Çok kötü örnek olan insanları örnek diye sunmamalıdır. Ama ben medyanın bunu bilinçli yaptığını düşünmekteyim. Medyanın para kazanmak amacının dışında bu tarz bir amacı olduğunu düşünmekteyim. ÖT-7 İnterneti açar açmaz sohbet odaları reklamları, arkadaşlık reklamları veya çocukların seviyesine uygun olmayan reklamlar sık sık ekranın kenarında beliriyor. Bunların sınırlandırılması veya çocukların da kullandıklarının göz önünde bulundurularak yayınlanması gerekir. Medya bu konuda etik ve sorumlu davranmalıdır. Çünkü çocuklar her şeyi merak ettiklerinden hemen o reklamların üstünü tıklayıp açıyorlar. Ve zarar görebilecekleri şeyler*

*öğreniyorlar. ÖT-10 Medyanın sağlıklı nesillerin yetişmesindeki rolü çok büyüktür. Medya iyiyi verirse iyi şeyler, kötü haber ve bilgi verirse kötü şeylerin olduğunu ve olacağını düşünyorum. ÖT-23*

**4.3.3.4.2. Bilinçlendirmek.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik medyaya yaptıkları önerilerden bilinçlendirme alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda medyaya; sevilen isimlerin bilgilendirici konuşmalar yapması, yayınların bir süresinin bilgilendirici içeriklere ayrılması, sosyal ağların çocuk eğitimini destekleyici olması, sosyal medya bilinci ve farkındalığı kazandırmaları, kamu spotu oluşturmaları, bilgilendirici dizi ve reklam filmleri yapılması, uzmanların konuşması, çocuklara uygun eğitici sitelerin olması ve *interneti açınca hatırlatıcı notların kendiliğinden çıkması* konularında önerilerde bulunmaktadır. Bilinçlendirme alt temasında, öğretmenlerin medyaya önerilerinde en fazla vurgulanan kod bilgilendirici dizi ve reklam filmleri yapılması olurken, en az vurgulanan kod ise interneti açınca hatırlatıcı notların kendiliğinden çıkması olmuştur:



Şekil 4.37. Bilinçlendirmek alt temasına ait kodlar

*Medya bu konuya görsel, yazılı ve internet basınında yer vermelidir. Herkesin anlayabileceği dilden bilgilendirme yapılmalıdır. Uzmanlar bu konuda televizyonlarda konuşabilir, haber programlarında sıklıkla yer verilebilir. Gerekirse toplum tarafından sevilen kişiler yardımıyla kısa reklam filmleri çekilebilir. Zararlı sitelerin kaldırılması için kamuoyu oluşturulabilir. ÖT-1 Öğrencilere hitap eden uygulamalar tasarlanabilir. Uygulamalar onların yaşına ve gelişim düzeylerine uygun olduğunda daha faydalı olacaktır. Bunun dışında sosyal medyayı doğru kullanma konusunda bilgilendirici*



*çalışmalar yapılabilir. Karşılaşılabilecek olumlu-olumsuz tüm konular hakkında uyarıcı bildirimler, videolar, yazılar vs. hazırlanabilir. ÖT-4 Medya bu konuda birçok reklam ve kamu spotu yapabilir. Hem öğrencileri hem öğretmenleri bilgilendirebilir. Bu konuda komik ve eğitici reklamlar hazırlayabilir. ÖT-18 Medyanın, sosyal medyanın olumlu ve olumsuz taraflarına dikkat çeken videolarla çocuklara farkındalık kazandırmalıdır. ÖT-29 Medya özellikle dizilerde özellikle bu konulara fazla yer vermiyor. Türkiye’de medyanın birçok konuya destek olduğu birçok konuya yön verdiği düşünülürse yapılması gereken çok şey var. Özellikle dizilerde bu konuya dikkatler çekilerek başlanabilir. ÖT-30 Medya ‘kamu spotu’ adı altında yapmış olduğu kısa filmleri özellikle öğrencilerin yaş seviyelerine uygun olacak şekilde ‘internet bağımlılığı ve sosyal hesaplar’ adı altında düzenleyip, kamuoyuna sunmalıdır. ÖT-34*

**4.3.3.4.3. Sınırlandırmak.** Öğretmenlerin gözünden sosyal medyanın öğrenciler için yarar ve risklerinin yanıtlanmaya çalışıldığı bu alt problemde öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik medyaya yaptıkları önerilerden sınırlandırma alt teması ele alınmıştır. Öğretmenler, sosyal medya konusunda medyaya; uygunsuz içeriklerin engellenmesi, güvenli medya kullanım ortamı oluşturulması, gereksiz çıkan bilgilerin engellenmesi, uyarılar vermesi ve Sınır koyması konularında önerilerde bulunmaktadır. Sınırlandırma alt temasında, öğretmenlerin medyaya önerilerinde en fazla vurgulanan kod güvenli medya kullanım ortamı oluşturulması olurken, en az vurgulanan kod ise uygunsuz içeriklerin engellenmesi olmuştur:



Şekil 4.38.Sınırlandırmak alt temasına ait kodlar

*Medya çocukların yaşına uygun ve yaş sınırlaması olan programlar yapmalı. Reklam amaçlı kullanılan uygunsuz sekmeler çocukların kullandığı programlarda yasaklanmalıdır. ÖT-3 Aynı sosyal medyaya gün içerisinde belli bir saatten fazla girilmesi kilitlensin ki öğrenciler uzun saatlerini burada öldürmesinler. ÖT-15 Belli bir yaş sınırı koyarak her yaştaki çocukların bu sitelere erişimi engellenmelidir. ÖT-14 Gençlere zarar verebilecek yayınları belli bir yaşın altındakilere şifreli, kilitli siteler olmalı ve bunların reklamlarını yapmamalıdır. ÖT-17 Kötü içerikli siteler kontrol altında olmalıdır. Belli bir süreden sonra kullanım sınırlaması getirilebilir. Yaş sınırına göre... ÖT-21*

*İnternet sitelerinde gelişigüzel çıkan bazı reklamların kökten kaldırılmasıyla bir adım atılabilir. Çünkü bu çocukları çok olumsuz etkileyen bir durum. Tv’de çocukların çok sevdiği ve örnek aldığı kişilerce kamu spotları hazırlanabilir. En önemlisi medya sosyal paylaşım siteleri kullanmak yerine belli yaş grubaındaki çocuklara internete alternatif oyun, etkinlik vb. araçların reklamını yapabilirler.*  
ÖT-41

***Paydaşların Sosyal medyaya ilişkin açıklamalarından ortaya çıkan alt temaların kontrol***

***listesi:*** Araştırma bulguları sosyal medya paydaşlarının gözünden, kendi ifadeleri ile bu bölümde yer almıştır. Ayrıca ortaya çıkan tüm bulgulardan hareketle öğretmen, veli ve öğrenci ifadelerinde ortak ve farklı olarak ortaya çıkan alt temalar da aşağıdaki tabloda verilmiştir olup, araştırma bulgularını özetler niteliktedir.

Tablo 4.10

***Paydaşların Gözünden Sosyal Medyanın Yarar, Risk ve Önerilerine Yönelik Tema ve Alt Temaların kontrol Listesi***

<b>A)YARARLARI</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.İletişim	+	+	+
2. Bilgi Edinmek	+	+	+
3. Sosyalleşmek	+	+	+
4. Eğitime Katkı	+	+	+
5. Hayatı Kolaylaştırmak	+	+	+
6. Hayatı Tanımak	+	+	+
7. Duyarlılık	+	+	+
8. Varoluş Ortamı	+	+	+
<b>9. Eğlence</b>	+	-	-
<b>B) RİSKLERİ</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Psikolojik	+	+	+
2.Kontrolsüz Sosyalleşmek	+	+	+
3.Şiddete Maruz Kalmak	+	+	+
4.Suça Yönelmek	+	+	+
5.Değer Yozlaşması	+	+	+
6.Hayatı Zorlaştırmak	+	+	+
7. Sağlık-Fiziksel	+	+	+
8.Suça Maruz Kalmak	+	+	+
<b>9. Asosyalleşmek</b>	+	+	-
<b>10.Güven</b>	-	+	-
<b>C) ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
<b>ÖĞRETMENE ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Eğitime Entegre	+	+	+
2.Rehberlik	+	+	+
3.Anlayış	+	+	+
<b>4.Farkındalık Eğitimi</b>	-	+	-
<b>ÖĞRENCİLERE ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Sosyalleşmek	+	+	+
<b>2.Bilinçli Hareket</b>	-	+	+
3.Sınırlandırmak	+	+	+
4.Temkinli Olmak	+	+	+
<b>5.Rehber Olmak</b>	+	-	-
<b>VELİLERE ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Serbestlik	+	-	-
<b>2.Rehberlik</b>	+	+	+
3.Anlayış	+	+	-
4.Sınırlandırmak	+	-	+
5.Temkinli Olmak	-	+	+

<b>MEDYAYA ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Güvenilirlik	-	+	-
<b>2.Bilinçlendirmek</b>	+	+	+
<b>3.Sınırlandırmak</b>	+	+	+
4.Rehberlik	-	-	+

**Ö:** Öğrenci    **ÖT:** Öğretmen    **V:** Veli

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 5.1. Tartışma ve Sonuç

Şüphesiz sosyal medya kullanımı deyince çocukların değişen yaşam şekillerinin değişmez parçası akıllara gelmektedir. Özellikle şehir hayatında yaşam alanları sınırlı olan çocukların, çocukluklarını yaşama şekilleri ve buna bağlı olarak bazı ihtiyaçlarını karşılama yöntemleri de değişmiştir. Çocukların hayatlarının bir parçası haline gelen sosyal medya onların birçok ihtiyacına da cevap vermekle birlikte bazı risk faktörünü de beraberinde taşıdığı düşünülmektedir. Bu araştırmada paydaşların gözünden sosyal medyanın çocuklar için yarar ve risklerinin betimlenmeye çalışıldığı bir durum çalışmasıdır.

Bu bölümde, bulgular bölümündeki ana başlıklara ait sonuçlar tespit edilmiş, daha sonra bu sonuçlarla ilgili açıklamalar yapılmıştır. Araştırmada sosyal medyanın yarar ve risklerine yönelik elde edilen bulguların sonuçları tartışmaya açılmış, uygulamaya ve diğer araştırmalara yönelik öneriler sunulmuştur. Bu durum çalışması araştırmasında, öğretmen, öğrenci ve velilerin gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri ile ilgili görüşlerinin ve öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik önerilerinin betimlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın bulgu ve yorumlarından faydalanarak, araştırmaya yönelik tartışma, sonuç ve öneriler sunulmuştur. Katılımcıların sosyal medyaya yönelik ifadelerinden içerik analizi yoluyla oluşturulan tema, alt tema ve kodlar oluşturulmuş olup, bu bulgular öğrenci, veli ve öğretmenler açısından sistematik bir şekilde sunulmuştur. Araştırmanın üç ana teması olup bunlar; sosyal medyanın yararları, riskleri ve öneriler şeklindedir. Araştırmanın soruları sosyal medyanın öğrencilerin gözünden yarar ve riskleri, velilerin gözünden yarar ve riskleri ve öğretmenlerin gözünden yarar ve riskleri nelerdir? Şeklindedir. Sosyal medyanın yararları, riskleri ve sosyal medya kullanımına yönelik önerilerden oluşan tema ve alt temalar aşağıda sunulmuş olup, ortak ve farklı çıkan temalara yönelik sonuçlar tartışmaya açılmıştır.

**Sosyal Medyanın Yararlarına Yönelik Sonuç ve Tartışma:** Bu araştırmanın ilk sorusu paydaşların özünden sosyal medyanın yararları nelerdir? Şeklinde olup, bulgulardan hareketle sosyal medyanın yarar temasına yönelik dokuz tane alt tema çıkmış olup bunlar;

iletişim, bilgi edinmek, sosyalleşmek, eğitime katkı, hayatı kolaylaştırma, hayatı tanıma, duyarlılık, varoluş ortamı ve eğlence alt temalarıdır.

Tablo 5. 1

*Sosyal medyanın yararlarına yönelik genel sonuçlar*

<b>A)YARARLARI</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.İletişim	+	+	+
2. Bilgi Edinmek	+	+	+
3. Sosyalleşmek	+	+	+
4. Eğitime Katkı	+	+	+
5. Hayatı Kolaylaştırmak	+	+	+
6. Hayatı Tanımak	+	+	+
7. Duyarlılık	+	+	+
8. Varoluş Ortamı	+	+	+
<b>9. Eğlence</b>	+	-	-

Yukarıda Tablo 5.1.'de **eğlence** alt teması dışındaki diğer alt temalar sosyal medya paydaşlarından veli, öğretmen ve öğrenciler tarafından verilen ifadelerde ortak bir şekilde ön plana çıkmış olup, ortaya çıkan temalarda tutarlılık sağlanmıştır. Bu sonuçtan hareketle katılımcı ifadelerinin hepsinden, sosyal medyayı öğrencilerin iletişim, bilgi edinme, sosyalleşme, eğitime katkı, hayatı kolaylaştırma, hayatı tanıma duyarlılık kazanma ve varoluş ortamı kazanmaları açısından faydalı olduğu sonucu çıkmaktadır. Eğlence alt teması ise örnek ifade de görüldüğü gibi sadece öğrenci ifadelerinde ön plana çıkmıştır. *“Bazen canımız sıkılıyor ve gülmek istiyoruz yapacak da hiçbir şey yok, internette komik video ve esprilere bakarak neşemiz yerine geliyor ya da sevdiğimiz oyun türlerini araştırıp zamanın nasıl geçtiğini bile fark etmeden oyun oynuyoruz.”* Ö-20 Bu durumda öğrencilerin, öğretmen ve velilerden farklı olarak sosyal medyayı eğlence için uygun bir ortam olarak gördükleri söylenebilir.

Öğrenci, öğretmen ve veli ifadelerinde ortak çıkan sonuçlardan alt temalardan **iletişim** alt temasına bakacak olursak; günümüzde insanlar özellikle de çocuk ve gençler arasında sosyal medya en yaygın iletişim aracı olmuştur. Çünkü sosyal medya zaman ve mekân unsurlarının hüküm süremediği bir alandır. Coğrafi bakımdan dünyanın ayrı uçlarındaki bireyler, diledikleri gün ve saatte sohbet edebilir, alışveriş yapabilir ve dosya paylaşabilmekte olup, bu sürece görüntülü kameranın da dâhil oluşu, bilhassa sohbet bakımından internetin cazibesini daha da arttırmıştır. Nitekim bu gerçek kendini rakamlarla da göstermekte olup, Lenhart ve Madden'e (2007) göre 12-17 yaş arası ABD'li gençlerin %93'ü internet kullanmakta, %55'i de sosyal paylaşım sitelerine girmektedir. Öte yandan kullanıcılar, kendi bloglarını duyurmak için Friendster, Facebook, Tribe ve

Bebo gibi sosyal ağlar arasından, dünya çapında 300 milyon kullanıcısıyla öne çıkan MySpace’i tercih etmektedirler (De Souza ve Dick, 2009). Türkiye’de ise 2009 yılı nisan ayı içerisinde gerçekleştirilen hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına (<http://www.tuik.gov.tr>) göre, bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24 yaş grubu olup, son üç ay içerisinde internet kullanan bireylerin %72,4’ü-e-posta göndermek/almak, %70’i gazete-dergi okumak, %57.8’i sohbet odalarına mesaj ve anlık ileti göndermek, %56.3’ü de oyun, müzik, film, görüntü indirmek ya da oynatmak için interneti kullanmıştır (Kara ve Özgen, 2012). Nitekim bu araştırma sonucunda rastlanan bazı bulgular da yukarıdaki bulguları destekler nitelikte olup, şu şekildedir: *“Sosyal medyadan arkadaşlarımla mesajlaşıyorum ve okula gitmediğim zaman okulda sınıfta neler olduğunu öğreniyorum. Yurtdışında olan akrabalarımı sosyal medya üzerinden konuşuyoruz. Birbirimizi görüyoruz...”Ö-52 “Eski çağlarda insanlar güvercinlerle, duman gibi şeylerle haberleşirken, daha sonraları bunların yerini telefon, gazete, dergi, tv, radyo gibi şeyler almıştır. Uzaktaki arkadaşlarıyla çocuklar görsel ve işitsel iletişime geçebiliyor.” V-4 “İletişim imkânının yanında her zaman her yerde ve çok hızlı bir şekilde ulaşma imkânı tanımaktadır. İnsanlar günümüzde sosyal medya aracılığıyla istediği bilgiye, görüntüye anında ulaşabiliyor.”ÖT-7* Günümüzde sosyal ağ kullanıcısı olan çoğu insan, bu ağlar üzerinden birbirleriyle iletişim kurmaktadır. Üstelik bu iletişimin sağlanması için zamanın ya da mekânın önemi yoktur (Sözmez, 2013). Öğrenci, veli ve öğretmen ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal medya dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemli bir iletişim aracı olmuştur.

Sosyal medyanın yararlarına yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **bilgi edinmeyi** kolaylaştırmasıdır. Çünkü sosyal medya ortamında bilgi kimsenin tekelinde olmayıp, herkesin kullanımına ve erişimine açıktır. Bu da öğrenciler için sınırsız bilgi kaynağı anlamına gelir. Örneğin Sosyal medya sayesinde sınıfta ele alınan konuları okul bittikten sonra da tartışabilme ve bilgi edinme olanağı vardır (Ulusoy ve Bostancı, 2014). Gündoğdu’ya (2006) göre bilgi paylaşımı için evrensel bir yapı sağlayan internetin belli başlı kullanım aşamalarını şu şekilde açıklamıştır: Dünyanın en büyük kütüphanelerinde araştırma yapabilirsiniz, farklı ülkelerde yaşayan meslektaşlarınızın yaptıkları çalışmaları inceleyebilirsiniz, başka bir ülkede öğrenim gören çocuğunuza elektronik postayla mektuplarınızı bedava ve çok kısa zamanda gönderebilirsiniz, internet üzerinden eğitim veren bir üniversitede okuyup mezun olabilirsiniz, farklı mekânlardaki arkadaşlarınızla sohbet edebilirsiniz, filmlerin tanıtım görüntülerini izleyip, aksam gideceğiniz filmi seçebilir ve biletinizi de satın alabilirsiniz,

alışveriş yapabilirsiniz, rezervasyon yaptırabilirsiniz, anket yapabilir, yapılan bir anketi cevaplandırabilirsiniz, kendi web sayfanızı hazırlayarak çalışmalarınızı yayınlatabilirsiniz. Bu konuyu bulgulardan alınan katılımcı ifadeleri de desteklemektedir: *“Örneğin bilmediğimiz bir konuyu araştırıp bilgi sahibi olabilir ve bu bilgileri arkadaşlarımızla paylaşarak onların da bilgilenmesine yardımcı olmuş oluruz.”* Ö-22 *“Kızım için orası sınırsız bilgi kaynağıdır. Üstelik her türlü bilgi anında hızlıca ulaşıyor.”* V-18 *“Her çocuğa gazete okuma ya da haber izleme alışkanlığı kazandıramıyoruz fakat şu anda twitter her gün güncellenen ve anlık bilgiler veren her görüşe açık geniş bir haber ağı durumunda öğrenciler okudukları tweetler ile bugün dünyanın neresinde ne olduğunu sınıfta tartışabiliyorlar.”* ÖT-3 Dolayısıyla sosyal medyanın günümüzde öğrencilerin merak dürtülerini doyuran en önemli mecra olduğu görülmektedir.

Sosyal medyanın yararlarına yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **Sosyalleşmelerine** olanak sağlamasıdır. Çünkü bir sosyal medya ağının parçası olmak; çocukların sosyal becerilerini geliştirebilir, belli bir arkadaş kitlesiyle sürekli irtibat halinde olmaları aidiyet hislerini geliştirir (Ulusoy ve Bostancı, 2014). Bu durum da çocuğun sosyalleşmesine büyük katkı sağlamaktadır. Nitekim öğrenci, veli ve öğretmen ifadelerinde de bu sonucu görebiliriz: *“Eski arkadaşlarımızı burada bulduğumuz gibi yeni arkadaşlıklar da ediniyorum. Hatta bu yeni arkadaşların bazılarıyla dost oldum.”* Ö-60 *“Gidemediği göremediği yerler hakkında bilgi edinmesini sağlar. Sosyal medya ayrıca yeni dostlar edinmesini sağlıyor.”* V-39 *“Öğrenciler sanal ortamda sosyalleşebiliyorlar. Burada her şeyi takip ederek çağa ayak uydurabiliyorlar.”* ÖT-35

Sosyal medyanın yararlarına yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **eğitime katkı** sağlamasıdır. Çağımızın en popüler medya araçlarından olan sosyal medya araçlarının eğitimde verimli kullanılmasına yönelik Akgündüz (2013)'ün çalışmasında geniş şekilde ele alınmış olup, öğrenciler; bloglar, podcastler, wikiler, facebook ve mySpace gibi sosyal ağ siteleri, sanal dünyalar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri gibi Web 2.0 ve sosyal ağ teknolojilerini yoğun bir şekilde kullanarak, interneti hem sosyal hayatlarında hem de akademik yaşamlarında kullanmaktadırlar. Grant (2008) interneti eğitim ortamlarında yaygın kullanımıyla içeriğe erişim, kullanma ve bilgiyi paylaşma amacıyla sosyal ağları kullandıkları daha işbirlikli ortamlara taşınması, öğretim ortamlarında sosyal ağların uygulamaya geçirilmesi ile birlikte öğrenciler ve öğretmenler arasında daha etkili bir iletişim ve öğretmenlerin öğrencilerini daha iyi tanıma olanaklarına kavuştuğuna değinilmiştir (Akt. Akgündüz, 2013). Capogna'ya göre (2010) ise, internet genellikle genel ve mesleki bilgi edinme,

bireysel üretkenlik, sosyalleşme ve dil öğrenme düzeyini geliştirmek amaçlı kullanılıp, kişilere yeni fırsatlar sunar ancak bu katılımcıların aktiflik ve sorumluluk düzeylerine bağlıdır. Bosch (2009), farklı amaçlar için kullanılan Facebook'un öğrenciler tarafından, sınıf arkadaşlarını tanımak, internette ders materyalleri bulmak ve dersin yapılacağı yer ve zamanı öğrenmek ve verilen ödevler gibi bazı soruları cevaplamak için yardımcı olduğunu belirtmiş olup, ayrıca derslerin olmadığı zamanlarda arkadaşlarıyla çeşitli projeler gerçekleştirme ve ders notlarını paylaşmak için kullanıldığı belirtilmiştir. Katılımcı ifadeleri de eğitime katkısının destekler niteliktedir: *“Kendimi özel hissediyorum. Sosyal bilgilerde daha dün Nutuk'u araştırdım. Nutukla ilgili en ince ayrıntısına kadar her şeyi öğrendim. Ve benim dikkatimi çekti. Elli bin kişilik orduyu kovalayan Metehan var. Beni çok merak ettiriyor tarihi araştırıyorum ben.”* Ö-130 *“Anlamadığı konuları internette yayınlanan konu anlatımı videolarından ders eksiklerini tamamlıyorlar. Benim çocuğum bu sene gireceği Teog sınavında çıkmış soru tiplerini inceliyor. İnternette belirli sitelerde yayınlanan testleri çözüyorlar. MEB'in sitesinden yayınlanan deney ve etkinlikleri yaparak konuları pekiştiriyorlar. Görsel içerik bakımından zengin olan internet çocuğun anlamadığı konuları eğlenceli görsellerle sunuyor bu da çocuğumun hoşuna gidiyor.”* V-3 *“Ayrıca öğrenciler bazen facebook veya whatsapp grupları kurarak, derslerle ilgili yapamadıkları soruları orada birlikte çözüyorlar. Bazen bize sormaya çekindikleri soruları o gruplara yazarak, cevabını arkadaşlarından alıyorlar. Bu durumda sosyal medyanın akran öğrenme tekniğine olanak tanıdığını düşünüyorum. Öğrenciler özellikle sosyal medyada üye oldukları eğitici gruplara da sınavlar, sözlüler ve sergiler hakkında zamanında haberdar oluyorlar. Sosyal medya ortamlarında bilgi düzenli herkesin erişimine elverişli olduğundan öğrenciler daha az çabayla daha çok bilgiye ulaşabiliyorlar.”* ÖT-1 Katılımcı ifadelerine de bakıldığında sosyal medyanın öğrencilerin eğitimine katkı sağladığı yukarıda bu konuda verilen araştırma sonuçlarıyla uyumaktadır.

Sosyal medyanın yararlarına yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **hayatı kolaylaştırma**sıdır. Çünkü sosyal medya üzerinden tüm dünyayı bir olay veya durum hakkında haberdar etmek oldukça kolay ve hızlıdır. Örneğin, twitter üzerinden bilgiler hem güncel hem de hızlı bir şekilde dünya üzerindeki twitter kullanıcılarına rahatlıkla iletilebilir (Sönmez, 2013, 36). Bu durumda insanların daha az çabayla kendileri için önemli bilgilere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Dahası kendi sağlıklarıyla ilgili bilgiye ulaşırlar, sorunlarını tartışırlar ve bunu kimliklerini açıklamadan yapabilirler (Ulusoy ve Bostancı, 2014). Nitekim katılımcı ifadeleri de bu yargıları desteklemektedir. *“Facebook'ta arkadaşlarımla hasta olduğumu öğrendim. Google'dan*



*hukukla ilgili matematik fen sanat ve benzeri derslerde yardım alıyorum. Hasta olduğumda MHRS den randevu al hastaneye gittim.. Alacağım bir kitabı aradım, bulamadım ve Google'dan araştırıp o kitabı satın aldım.” Ö-18“İnternet sayesinde ya parasının yeterli olmadığı ya da hiçbir yerde bulamadığı kitapları kolaylıkla bularak, okuyabilir.” V-9 “Öğrencilerimin sosyal aktiviteleri yakından takip etmesini sağlıyor. Örneğin konferans, seminer, sunu, panel, konser, söyleşi gibi etkinlik ve faaliyetlerden haberdar olma, bunlara katılma veya takip etme imkânı sunuyor. Zamanın çok kıymetli olduğu günümüzde öğrencilerim bazen yapamadıkları matematik sorularının çekip, göndererek, anında dönüt alabiliyorlar. ”ÖT-1*

Sosyal medyanın yararlarına yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **hayatı tanıma** alt temasıdır. Katılımcı ifadelerine bakıldığında sosyal medyanın ortaokul öğrencilerinin hayatı tanımlarını kolaylaştırdığı sonucu çıkmaktadır. Katılımcı ifadeleri de bu kanıyı desteklemektedir. “*Mesela insanlar dünyanın başka bir ucundaki kişilerle arkadaşlık kurabiliyor, kültürlerini arttırıyor, kısacası sohbet kurabiliyor. Dünyanın başka bir bölgesindeki yaşamın nasıl olduğunu, orda neler yenilip içildiğini kültürlerini öğrenebiliyoruz.” Ö-114“İnsanlar bu ortamda fikirlerini paylaştığından bazen zıt fikirleri de öğreniyor. Böylece insanlar aynı şeyi düşünmezler. Bu şekilde çocuğum kendi fikirleri dışındaki fikirlerle ilgili de düşünebiliyor. Farklı bakış açısı oluyor. “acaba bu kişi doğru mu düşünüyor?” veya “bu fikir nasıl?” gibi soru işaretleri oluşuyor kafasında.” V-29“Bugün bir öğrenci dünyanın öbür ucundaki bir akrasıyla sosyal medya üzerinden iletişime geçebilir, bir olay ile ilgili işbirliği yapabilir. Kendisinden çok farklı kültürden biriyle aynı duyguları sosyal medya üzerinden paylaşabilir. Bu durum öncelikle onun dünyasını zenginleştirerek, hayata bakış açısını geliştirebilir. Özellikle facebook, twitter, instagram vb. sosyal medya hesapları içerisinde tüm milletlerden insanlar barındırdığından tüm dünyayı insanların ayağına getirmektedir.”ÖT-18 Dolayısıyla öğrencilerin sosyal medyada dünyadaki farklılık ve çeşitliliğin farkına vardığı sonucu çıkarılabilir.*

Sosyal medyanın yararlarına yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **duyarlılık** alt temasıdır. Öğrencilerin sosyal medya mecralarında yardımlaşma, duyarlılık kazanma, empati kurma şeklinde olumlu özellikler kazandığı sonucu çıkarılmıştır. Nitekim bulgulardan katılımcı ifadeleri de bu sonucu teyit etmektedir. “*Başka birisi kaybolabiliyor, birisinin çocuğu kaybolabiliyor. Kayıp ilanını gördüğümüzde paylaşımlaşıyoruz, haber veriyoruz, arkadaşlarımıza söylüyoruz, annemize babamıza filan söylüyoruz, herkes görüyor. Resmini falan gösteriyoruz, belki de böylelikle çocuk*

*kurtulabiliyor.” Ö-115“Kendi gibi düşünen arkadaşlar ediniyor. Bunlarla ortak paylaşımda bulunuyor. Çoğu bilgiyi sosyal medya hesaplarından öğrenme imkânı oluyor. Canı sıkıldığında bu sosyal medya hesaplarına giriyor. Ve bana sanki gerçekte geziyormuş gibi can sıkıntısının geçtiğini söylüyor...”V-29 “Özel günlerini bayramları ya da kandilleri kutlamayı görev ediniyorlar. Birey olma çabasında olan gençlerin kendilerine ait hesaplarının paylaşımlarının yazılarının beğenilerinin olması kişiliğini ortaya serdiği bu platformlar onlara değerli hissettiriyor davranış kontrolü sağlıyor ve sorumluluk yüklüyor. Bugün Ankara’da yaşanan acı kayıplarımıza (canlı bomba sonucu çok sayıya insanın ölmesi) öğrencilerimle üzülebilmek onların profil karartmalarını tam da şuan görebilmek gerekli açıklamayı yapıyor.”ÖT-3*

Sosyal medyanın yararlarına yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **varoluş ortamı** sunmasıdır. Zira öğrenciler sosyal medya mecralarında kendilerini ifade etme, yorum yapma, düşünce ve inançlarını oluşturma, şekillendirme konusunda rahatlamaktadırlar. Ayrıca sosyal medya, çocukların kendi kimlikleri ve yaratılışlarını tanımaları ve karakterlerini geliştirmeleri olanağı sağlaması, kendileriyle aynı fikirde olan akranlarıyla paylaşımda bulunarak düşüncelerine destek bulması, kendi sağlıklarıyla ilgili bilgiye ulaşmaları, sorunlarını tartışmaları ve bunu kimliklerini açıklamadan yapabilmelerine olanak sunmasından sosyal medyanın öğrenciler için varoluş ortamı görevi gördüğünü belirtmektedir (Ulusoy ve Bostancı 2014). Bu yargıyı destekleyen katılımcı ifadelerinde ise; *“Sevdiğimiz ünlülerin hayatlarında ki gelişmeleri takip edip fotoğraflarına bakabiliyorum. İnternet üzerinden kitap bile yazabiliyorum. Hatta başka insanların yazdığı kitapları okuyup kitapları hakkında önerilerimi belirtiyorum.” Ö-81 “Yararlı videolar izleyerek kendini geliştiriyor. Arkadaşlarıyla konuşuyor bazen ortak konularda fikir alışverişi yapıyor. Oğlum daha çok siyaset haberlerini takip ettiğinden güncel olayları öğrenmesinde yardımcı oluyor. Bu sayede oğlum fikirlerini geliştirip sosyal medya platformlarında görüşlerini rahatlıkla açıklayabiliyor.”V-20 “Sosyal medyada değerli şairlerimizin yazarlarımızın sözlerini paylaşıp altlarına nasıl anlamlı yorumlar yapabildiklerini görüyoruz....”ÖT-3* Çocuklar ve gençlerin söz konusu olduğu günümüzde internetin sadece bilgilendirme ve eğitim amaçlı kullanılan bir araç olmaktan çok bu genç kitlenin ideal benliklerini tekrar şekillendirdikleri yer olduğu, internetin veya diğer adıyla siber âlemin, kişilerin istediği zaman ve yerde sohbet, tartışma, öğrenme, oyun ve alışveriş gibi çeşitli amaçlarla kullandığı alternatif bir araç haline gelmiş olup, (Özutku ve diğ., 2014, 285-286) ortaokul öğrencilerinin de varoluşlarını gerçekleştirmeleri için uygun bir ortam sunduğu söylenebilir.

*Sosyal Medyanın Risklerine yönelik sonuç ve tartışma:* Post modern çağ olarak da adlandırılan yirmi birinci yüzyılda deyim yerindeyse teknolojiye devrim yaşanmıştır. Sanayi devrimiyle başlayan tüketim çılgınlığı teknolojik araç kullanımıyla hızını giderek artırmaktadır. Birbirini takiben çıkan bu yeni teknolojiler neredeyse çocukluk kavramını değiştirecek boyuta gelmiştir. Nitekim yeni çıkan teknolojiler, bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar, playstationlar çocukların oyun oynadıkları yerleri, kişileri, alanları, tavır ve davranışlarını, oyun oynama şekillerini tamamen değiştirmiştir. Bu araştırmanın ikinci teması olan “Riskleri” temasında sosyal medyanın çocuklar için oluşturduğu riskler teması başlığı altında ortaya çıkan ortak alt temaların sonuçları ele alınıp, tartışılmıştır.

Tablo 5.2

*Sosyal medyanın risklerine yönelik genel sonuçlar*

<b>B) RİSKLERİ</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Psikolojik	+	+	+
2.Kontrolsüz Sosyalleşmek	+	+	+
3.Şiddete Maruz Kalmak	+	+	+
4.Suça Yönelmek	+	+	+
5.Değer Yozlaşması	+	+	+
6.Hayatı Zorlaştırmak	+	+	+
7. Sağlık-Fiziksel	+	+	+
8.Suça Maruz Kalmak	+	+	+
<b>9. Asosyalleşmek</b>	+	+	-
<b>10.Güven</b>	-	+	-

Araştırma sonucunda; psikolojik, kontrolsüz sosyalleşmek, şiddete maruz kalmak, suça yönelmek, değer yozlaşması, hayatı zorlaştırmak, sağlık-fiziksel, suça maruz kalmak, **asosyalleşmek ve güven** şeklinde on tane alt temaya ulaşılmıştır. Araştırmanın sonuçlarında asosyalleşmek ve güven alt teması dışında diğer alt temaların katılımcı ifadelerinden hareketle ortak bir sonuç verdiği gözlenmiştir. **Güven** alt teması sadece katılımcı öğretmenlerin ifadelerinden oluşturulmuş olup, buna dair örnek açıklamaları: “Özellikle çocuklar çevrimiçi oyunlarda çok fazla vakit geçiriyor. Bu onların bağımlı olmasına neden olabiliyor. Grupla oynanan oyunlarda diğer taraftaki kişilerle çevrimiçi iletişime geçildiği için birçok güvenlik sıkıntısı doğabiliyor. Mahremiyet konuları ifşa ediliyor.”ÖT-38 şeklinde olup, sosyal medyanın öğrenciler için; özel bilgilerin kamulaşmasına yol açma, güvenlik ve gizlilik açısından yetersizlik konularında risk oluşturduğu sonucu çıkmıştır. Katılımcı ifadelerinden ortak çıkmayan bir diğer alt tema ise **asosyalleştirmediir**. Veli ifadelerinden çıkarılamayan bu alt temanın öğrenci ve öğretmen ifadelerindeki örnekleri; “Sosyal medya ortamında edinilen kötü arkadaşlıklar çocukları yanlış yere çekebiliyor. Çocuklar çok fazla zaman yüz yüze iletişim konusunda git gide

*daha da kötüye gidiyor. Aile bağları ve arkadaşlık bağlarının zayıflamasına neden oluyor.” ÖT-12 “En büyük risk bağımlısı olmaktır. Yemek yemeği bile unuturlar. Hatta ben kendimden örnek veriyim bir kere çok dalmıştım ve karnımın aç olduğunu unuttum kalkıp lavaboya gidince anladım nereyse bayılacaktım daha birçok insan dışarıya çıkmaya üşeniyor sokakta bile adam önüne bakmadan telefonla uğraşarak yürüyor. Nasıl yaptıklarını hala anlamış değilim. Şarjları bitince o kadar tedirgin oluyorlar ki şarj makinesi ararken sanırsın solunum maskesi arıyorlar.” Ö-16 şeklinde olup, Gündoğdu’nun (2006) bilgisayar başında çok fazla zaman geçirmenin sosyalleşme sürecini olumsuz etkilediği sonucu araştırmanın bu sonucunu destekler nitelikte olup, bu araştırmada bu riskin veliler tarafından fark edilmemesi bulgusu, araştırmanın ilginç sonuçlarından biridir.*

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, ***psikolojik*** alt temasıdır. Yeni teknolojilerle birlikte beynimiz odak noktasını yeni teknolojik becerilere kaydırmakta ve bu becerileri kazanırken, başka becerileri kaybetmektedir. Örneğin yüz yüze bir sohbette karşıdaki kişinin mimiklerini ve beden dilini anlamak ya da bazı ifadelerin altındaki duygusal sebepleri bulmak gibi sosyal becerilerden hızla uzaklaşıyor olmak bunun en başta gelen belirtilerinden biri (Erdem, 2012) olup ayrıca sosyal medya zihnin işlevlerine zarar verip, yaratıcılığı öldürebilmektedir (Sanlav, 2014). Katılımcı ifadelerinde ise; *“Arkadaşlarımın yanına gittiğim zaman elinden telefonu bırakmıyor... İletişimimiz zayıfladı... Bağımlılık oluyor... Kıskanma oluyor bende de oluyor... Arkadaşımın fotoğraflarının beğenisini kıskanıyorum. Hesap çalınma oluyor ve insanlara iftira atılıyor... İnsanlar her şeyi kafasına takıyor, sinirlerimiz bozuluyor.” Ö-11“Biz bilgisayarın yani sosyal medyanın çocuğumuzda bağımlılık yaptığını düşünüyoruz. Bütün dünyayla ilişkilerini kesmiş oluyorlar, başına oturduklarında. Nedeni bağımlılık olduğu için...Yani bütün dünyayla ilişkilerini kesmiş oluyor.” V-17 “Oyunlar onlarda bağımlılık yapıyor. Gece geç saatlere kadar oyun oynadıklarından ödevlerini yapamıyorlar, uykusuz kalıyorlar. Okula geldiklerinde ilk derslerinde sürekli uyuyorlar. Derse adapte olamıyorlar.” ÖT-40 bunların dışında sosyal medyanın bilinçsiz kullanımının çocuklar için narsizm, yalnızlaşma, depresyon bağımlılık vb.sebep olabildiği sonucu çıkmıştır. Öyleki kişilerin interneti aşırı kullanımı sonucu oluşan bağımlılığın bir hastalık olduğu konusunda psikiyatristlerin ve uzmanların aynı fikirde oldukları belirtilmiştir. ABD’de bunula ilgili Pennsylvania’da ilk internet bağımlılığı hastanesi kurulmuş olup, burada bazı hastalara yataklı tedavi verilmektedir (Sanlav, 2014).*

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **kontROLSÜZ sosyalleşmek'tir.** Bu sonuçtan hareketle öğrencilerin sosyal medyada tanımadığı veya kötü niyetli insanlarla arkadaş olabildiği ve önemli bilgilerini paylaşabildiği verilen ifadelerde de görülmektedir. *“Birden fazla binlerce yüzlerce birçok tanımadığımız insanlar vardır. Tanımadığımız insanların arkadaşlık isteklerini kabul edince mesaj atıp, beni rahatsız edebilir. Fotoğraflarımı başka yerlerde paylaşabilir. Adımıza sahte fake hesap açabilir. Buradan insanlara kötü şeyler küfürler yazabilirler.”* Ö-56 *“Çocukları kız ve erkek ayrımı yapmaksızın tanışma vaadiyle kandırabiliyorlar. Ya da sohbeti biraz daha ilerlettikten sonra Whatsapp'tan ekleyip sapıklık yapmaya kadar bu durum gidebiliyor.”* V-9 *“Ebeveyn gözetiminde olmazsa zararlı kişilerle arkadaşlık edebilir. Evde ailesiyle konuşamadıklarını onlarla paylaşır. Onlara inanır ve güvenir. Bu davranışlar bazen hayatına bile mal olur. O yüzden çocukları sosyal hayata sokup onlara çeşitli hobiler kazandırmalıyız.”* ÖT-17 Şeklinde olup, öğrencilerin psikolojileri açısından risk oluşturduğu sonucunu desteklemektedir.

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **şiddete maruz kalmak'tır.** *“Online oyun siteleri genelde şiddete karşı oyunlar oluyor zaten... Şiddet içerikli oluyor bu oyunlar, o yüzden pek önermiyorum...”* Ö-114 *“Çocuklar aşırı şiddet içerikli oyunlar yüzünden şiddete karşı artık duyarsızlaşıyor. Normal geliyor.”* V-21 *“Kelime oyunları dışında tehlikeli vurdulu kırdılı oyunlar oynuyorlar. Bu da gerçek hayatta da olumsuz davranışlar sergilemesine neden oluyor.”* ÖT-27 çocukların ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal medya ortamında şiddet öğelerine maruz kalmakta olup, literatürde (Kara ve Özgen, 2012) de bu durumun teyit edilmesi önemli bir sonuçtur.

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **suça maruz kalmaktır.** Nitekim internet ortamında çocukların maruz kalabileceği suçlar; teknik zararlar, yasadışı içeriğe maruz kalma, çevrimiçi ortamlarda çocukların ve gençlerin kendilerinin ya da ailelerine ait kişisel bilgilerin eposta, sohbet programları, vb. aracılığıyla üçüncü şahısların eline geçmesi, internet üzerinden ebeveynlerinin kredi kartı ile onlardan habersiz alışveriş yapabilme, kendilerinden yaşça büyük ve kötü niyetli kişilerle haberleşebilme gibi riskler şeklindedir (Çelen, Çelik ve Seferoğlu, 2011). Bu araştırma bulgularının da benzer sonuçlar verdiği şu örneklerde görülmektedir: *“En son benim bir arkadaşımın hesabı çalınmıştı. Hani fotoğrafları falan vardı, fotoğrafların yüzlerinde değişiklikler yapmışlardı, hani hesaplarını kullanarak birilerine yazılar vb terbiyesizce şeyler yazıp yollamışlardı.”* Ö-113 *“Onun adına bir hesap*

*açtıklarında moralinin bozulması, psikolojisinin bozulması, paylaştığı fotoğraflarla kötü sayfalar açıp, orada kötü amaçla paylaşımları, paylaştığı fotoğrafları yabancı kişilerin kendi profil resmi yapmaları...”V-48 “Bazen de organ mafyasının veya cinsel istismar amacı taşıyan kişilerle oralarda muhatap olabilirler.” ÖT-4 dolayısıyla sosyal medya mecralarının suçu öğrenme ve suça maruz kalma açısından öğrenciler için risk oluşturduğu sonucu çıkarılabilir.*

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, sosyal medya ortamında **suça yönelme** eğilimi sergilemeleridir: *“Arkadaşım böyle yabancı, yani açık olmayan sitelere girmiş. Açık olmayan sitelere girdiği için facebooku sürekli virüs atıyormuş, benim arkadaşım da bilmeden tıklıyor. Şuan sosyal medyaya ait araçlarından hiçbir şey kullanmıyor.” Ö-111 “Arkadaşlar yüzünden kötü yola düşebilir çocuklarımız. Nede olsa ‘üzüm üzümüne baka baka kararır’ demiş atalarımız. Bir de çocukları kaçırmak isteyen insanlar...” V-29 “Hesabı çalındığı için çok sıkıntı yaşayan bir öğrencim de sırf bu durumdan kurtulmak için hesabı nasıl kurtarırım ile ilgili araştırma yaptım ve bunun sonucunda hesap nasıl çalınır ben de öğrendim demişti.” ÖT-2* Dolayısıyla bu sonuç Karaca’nın (2007) lise öğrencileri üzerinde yürüttüğü çalışmasında katılımcılarının %21’i internet ortamlarının suç işleme eğilimini arttırdığı yönündeki sonuçla da tutarlılık göstermektedir.

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **değer yozlaşmasıdır.**Sosyal medyanın aile bireylerinin hayatlarına girmesiyle zaten kısıtlı olan bu zaman aile ilişkilerinde ve bağlarında kopmalara neden olabilmektedir. Özellikle ailelerin bilinçsiz hareket etmeleri, çocuğu sosyal medya kullanmaya daha çok itmesi, zaten ergenlik çağında olan çocuklar için kendilerini yalnız hissetmelerine ve aileden kopuk yaşamalarına neden olabilmektedir. Çocuklar bazen çok önemli sorunlarını anne baba yerine sanal ortamda tanıştığı kişilerle paylaşabilmektedir. Ayrıca sosyal medyada kontrolsüz bırakılan çocuk, birçok şiddet ögesine maruz kalabilmektedir. Bu durum değer yargılarında yozlaşmaya sebep olmakla çocuk ve aile için önemli bir risk faktörü olduğu sonucuna varılmıştır: *“Aile bağlarımızı koparıyor. Benim annem de sosyal medyayı kullanıyor. Mesela akşam geliyor eve, tabii yorgun oluyor çalıştığı için... O da sosyal medya genelde facebooku kullanıyor. Facebooktan mesela arkadaşlarıyla konuşuyor, işte bakıyor kim ne yapmış ne etmiş, neler olmuş, onlara bakarken mesela bizim aile bağımızda kopmuş oluyor.”Ö-123“Bir konuyla ilgili yalan yanlış bir sürü bilgi çocukların karşısına çıktığından kafaları karışabiliyor. Çok uzun süre orada vakit geçirince bağımlı olabiliyorlar. Bizlerle iletişimleri azalıyor. Daha çok sosyal*

*medya odaklı yaşıyorlar.”V-24“Birçok yanlış davranış bu ağlardan öğreniliyor ve buradan yayılması daha kolaylaşıyor. Bence bu ağlar toplumun ahlaki anlamda çöküntü yaşamasına neden oluyor. Duyarsız bir toplum yaratıyor.”ÖT-4*

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **hayatı zorlaştırmak** alt temasıdır. Sosyal medyanın ortaokul öğrencileri için risk oluşturduğu bazı durumlar mevcut olup, bunlar öğrencilerin hayatlarını zorlaştırmaktadır. Sosyal medya hesaplarında yeteri kadar güvenlik-gizlilik ayarlarına dikkat edemeyen öğrencilerin sosyal medya hesaplarının çalınması onlar için hayatı zorlaştırmaktadır. Öğrencilerin hesapları ya kendi akranları tarafından ya da tanımadık insanlar tarafından farklı amaçlarla çalınmaktadır. Bu durum örnek ifadelerde de görüldüğü gibi onların utanma, insanlara açıklama yapma, çevreye rezil olma hissine neden olmaktadır. *“Bir keresinde benim facebook çalmışlar bütün arkadaşlarıma ‘ş...siz ben konuşmuyorum’ yazmışlar. Bütün arkadaşlarım benimle küstü. Ben de onlara anlattım. Arkadaşlarım benim facebook çalındı o mesajları ben atmıyorum dedim, ama bana inanmadılar. Ertesi gün arkadaşımın yanına gidip, ondan tekrar özür diledim.” Ö-79* *“Bazen kendini o kadar kaptırıyor ki odasını toplama, gelip yemek yeme gibi işleri aksatıyor. Ödevimi yaptım deyip geceleri geç saate kadar başında durup, oyun oynuyor. Bazen masaiüstü bilgisayardan oyun oynarken uyuyakalıyor orada. Youtube’a girip orada 2-3 saat dizi film ve yarışma programları izliyor. Müzik dinlerken bi müzikten diğerine geçiyor, bu da ona çok zaman kaybettiriyor.”V-11“Öğrencilerin dersten çok sosyal medyada vakit geçirmeleri ve asıl amaç dışında sosyal medyada takılı kalmaları en büyük risk bence. Öğrencilerimin velilerinden duyduğum 5-10 dakikalığına diye girilip saatlerce facebook vb. sosyal ağlarda çocukların kaldıklarını duyuyorum.”ÖT-10*

Sosyal medyanın risklerine yönelik katılımcı ifadelerinden ortak çıkan sonuçlardan bir diğeri ise, **sağlık-fizksel** alt temasıdır. Bu araştırma sonucunda bulgulandığı gibi yapılan bazı araştırmalar (Aydeniz, 2012; Kara ve Özgen, 2012; Erdem, 2010) da sosyal medyanın çocuk sağlığı üzerinde ciddi riskler oluşturduğu sonucunu vermektedir. Araştırma katılımcılarının ifadeleri de bu kanıyı destekleyen bir sonuç vermektedir. *“Fazla oynayınca gözlerim bulanık görüyor, günümün yarısını bunlarla geçiriyorum. Günümüzü bunlarla geçirip spor yapmadığımız zaman obeziteye yakalanıyoruz.”Ö-35* *“Göz ve bel rahatsızlıkları ortaya çıkabilir. Bilgisayarın başında uzun süre kaldıklarından hep fast-food tüketiyorlar. Bu da onları obez yapabilmektedir. Ayrıca bel, göz gibi rahatsızlıkları bazen oluşuyor.”V-2* *“Öğrenciler bilgisayar tablet vb. araçları çok fazla kullandıklarından görme bozuklukları meydana gelebiliyor. Derlerde tahtadaki yazıyı görmekte*

zorlanıyorlar.”ÖT-40 öğretmen, veli ve öğrenci ifadelerinden sosyal medyanın sağlıklı ilgili risk oluşturduğuna yönelik birbiriyle tutarlı sonuçlar görülmektedir.

*Katılımcıların Sosyal Medya Konusundaki Önerilerine İlişkin sonuçları:* Bu araştırma, paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve risklerini incelemiş olup, sosyal medya paydaşlarından veli, öğretmen ve öğrencilerin sosyal medyanın yarar ve risklerinin dışında, sosyal medyaya ilişkin önerilerine de ulaşılmıştır. Bulgular kısmında bu öneriler katılımcıların ifadeleriyle geniş şekilde açıklanmıştır.

Tablo 5.3

*Paydaşların sosyal medya kullanımına yönelik önerilerinden ortak olan ve olmayanlar*

<b>C) ÖNERİLER</b>			
<b>ÖĞRETMENE ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Eğitime Entegre	+	+	+
2.Rehberlik	+	+	+
3.Anlayış	+	+	+
4.Farkındalık Eğitimi	-	+	-
<b>ÖĞRENCİLERE ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Sosyalleşmek	+	+	+
<b>2.Bilinçli Hareket</b>	-	+	+
3.Sınırlandırmak	+	+	+
4.Temkinli Olmak	+	+	+
<b>5.Rehber Olmak</b>	+	-	-
<b>VELİLERE ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Serbestlik	+	-	-
<b>2.Rehberlik</b>	+	+	+
3.Anlayış	+	+	-
4.Sınırlandırmak	+	-	+
5.Temkinli Olmak	-	+	+
<b>MEDYAYA ÖNERİLER</b>	<b>Ö</b>	<b>ÖT</b>	<b>V</b>
1.Güvenilirlik	-	+	-
<b>2.Bilinçlendirmek</b>	+	+	+
<b>3.Sınırlandırmak</b>	+	+	+
4.Rehberlik	-	-	+

Araştırma sonucunda katılımcıların gözünden ortak ve fark temalar ortaya çıkmıştır. **Öğretmenlere yönelik önerilerde;** veli, öğretmen ve öğrenciler tarafından benzer açıklamalar yapılmış olup, bunlardan ortak alt temalar çıkmıştır. Bu alt temalar; eğitime entegre, anlayış, rehberlik ve farkındalık eğitimi şeklindedir. Dolayısıyla hem öğretmenler kendilerine ve meslektaşlarına hem de veli ve öğrenciler sosyal medyayla ilgili, öğrencilere karşı anlayışlı olunması, onlara rehberlik edilmesi ve daha sağlıklı kullanımlarının sağlanması, sosyal medyanın yarar ve riskleri ile ilgili çocuklara farkındalık eğitimi verilmesi konusunda öğretmenlere önerilerde buldukları sonucu çıkarılmıştır.



**Öğrencilere yönelik** önerilerin sonuçlarında ise sosyalleşmek, bilinçli hareket, sınırlandırma, temkinli olmak, rehber olmak şeklinde alt temalar ortaya çıkmıştır. Çıkan alt temalardan sosyalleşmek, sınırlandırmak ve temkinli olmak alt temalarında tüm katılımcılar birbiriyle tutarlı açıklamalar yaparken, rehberlik ve bilinçli hareket temalarında farklı ifadeler ortaya çıkmış olup, öğretmen ve veliler öğrencilerin sosyal medya mecralarında **bilinçli hareket** etmelerine yönelik ifadeler kullanmıştır. Öğrencinin kendisinden buna benzer ifadelerin çıkmaması veli ve öğretmenlerin bu konuda taşıdıkları kaygıların öğrenciler tarafından olmadığı sonucunu göstermektedir. Yine **rehber olmak** konusunda veli ve öğretmenlerin öğrencilere önerilerinin olmadığı, ancak öğrencilerin bu konuda kendisi ve akranlarına önerilerinin olması da yine ilginç bir sonuçtur.

**Velilere yönelik önerilerin sonuçlarında; serbestlik, anlayış, sınırlandırmak ve temkinli olmak** şeklinde katılımcı ifadelerinden ortak alt temalar çıkmamış olup, sadece rehberlik alt temasında tüm katılımcıların hemfikir olduğu görülmüştür. Dolayısıyla velilere öneriler konusunda katılımcılardan farklı beklentilerin olduğu sonucu dikkatleri çekmektedir. Örneğin öğrenciler velilerden serbestlik beklerken, sadece öğretmenler tarafından sınırlandırmanın beklendiği dikkatleri çekmektedir. Yine öğretmen ve veliler temkinli olunması konusunda önerilerde bulunurken, öğrencilerin böyle bir beklentisi olmamıştır. Anlayışlı olunmasına yönelik öğretmen ve öğrencilerin velilere öneride bulunduğu, ancak velilerin kendisinden buna yönelik ifadelere rastlanmadığı sonucuna varılmıştır.

Son olarak **medyaya yönelik öneri** sonuçlarına bakıldığında; bilinçlendirmek ve sınırlandırmak konusunda tüm katılımcıların fikir birliği içinde olduğu ancak, güvenilirlik ve rehberlik alt temalarında farklı ifadeler ortaya çıkmış olup, sadece öğretmenlerin medyaya güvenilirlik konusunda önerileri olurken, rehberlik konusunda ise sadece velilerin medyaya öneride bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Toparlamak gerekirse paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve risklerine yönelik olan bu araştırmanın yarar temasına ilişkin sonuçlarda, dokuz tane alt tema çıkmış olup bunlar; iletişim, bilgi edinmek, sosyalleşmek, eğitime katkı, hayatı kolaylaştırma, hayatı tanıma, duyarlılık, varoluş ortamı ve eğlence alt temalarının ortaya çıktığı görülmektedir. Yukarıda **Eğlence** alt teması dışındaki diğer tüm alt temalar katılımcılarca ortak sonuçlar vermiştir. Araştırmanın riskler temasında ortaya çıkan sonuçlarda ise, psikolojik, kontrolsüz sosyalleşmek, şiddete maruz kalmak, suça yönelmek, değer yozlaşması, hayatı zorlaştırmak, sağlık-fiziksel, suça maruz kalmak, **asosyalleşmek ve güven** şeklinde on tane alt temaya ulaşılmış olup, asosyalleşmek ve güven alt teması

dışındaki diğer alt temalar katılımcı ifadelerinden ortak bir şekilde sonuç vermiştir. Araştırmanın öğretmenlere öneriler sonuçlarında ise, eğitime entegre, anlayış, rehberlik ve farkındalık eğitimi şeklinde ortak alt temaların çıktığı görülmüştür. Öğrencilere önerilerde; sosyalleşmek, sınırlandırmak ve temkinli olmak şeklinde üç tane ortak alt tema çıkmış olup, bilinçli hareket ve rehber olmak alt temalarında ortak sonuçların çıkmadığı gözlenmiştir. Katılımcıların velilere önerilerinde rehberlik alt teması dışındaki serbestlik, anlayış, sınırlandırma ve temkinli olmak alt temaları ortak sonuçlar vermemiştir. Son olarak katılımcıların medyaya önerilerinde ise, bilinçlendirmek ve sınırlandırmak adlı alt temaları ortak çıkmış olup, rehberlik ve güvenilirlik alt temalarında fikir birliği sağlanmadığı sonucuna varılmıştır.

## 5.2. Öneriler

Bu araştırmada paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri araştırılmıştır. Araştırma sonucunda sosyal medyanın öğrenciler için; iletişim, bilgi edinme, sosyalleşme, hayatı tanıma, hayatı kolaylaştırma, eğitime katkı, duyarlılık ve varoluş ortamı bulma açısından faydalı olduğu tüm katılımcılar tarafından ifade edilen bir sonuçtur. Eğlence ise sadece öğrenciler tarafından dile getirilen sosyal medyanın yararlarına yönelik bir sonuçtur. Öte yanda sosyal medyanın öğrenciler için; psikolojik, kontrolsüz sosyalleşmek, şiddete maruz kalmak, suça yönelmek, değer yozlaşması, hayatı zorlaştırmak, sağlık-fiziksel ve suça maruz kalmak açısından riskli olduğu tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiş olup, güven sadece öğretmenler, asosyalleşmek ise sadece öğretmen ve öğrenciler tarafından ifade edilen bir sonuçtur. Burada araştırma sonuçlarına dayanılarak bazı önerilerde bulunulacaktır.

### a) Öğretmenlere Öneriler

- Öğretmenler sosyal medya kullanımı konusunda, hem rehber olmalı hem de yararları konusuna dikkat çekmek için sosyal medyayı derslerinde kullanabilir. Örneğin öğrencileri bilinçlendirme amaçlı Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter ve Whatsapp gibi popüler ağlarda öğrencilerini de eklediği gruplar açarak bura hem kullanımı konusunda rehber olabilir hem de öğrencilerini daha yakından tanıma açısından avantaj kazanabilir.

- Okul dışı zamanlarda sosyal medyadaki gruplar aracılığıyla eğitim faaliyetlerini zaman ve mekâna bağımlılıktan kurtarabilir. Bu gruplarda öğrencilerin sorularını yanıtlayabilir. Öğrenciler için faydalı önemli dosyaları paylaşabilir. Ayrıca bu gruplarda öğrencilerin de birbiriyle paylaşımlara ve tartışmalarına olanak verilerek akran eğitimine de fırsat verilmiş olabilir.
- Öğrencileri sosyal medya kullanımı konusunda içten denetimli bilinçli olmaya teşvik edilebilir. Bunu sağlamak için de sosyal medyanın hayatı kolaylaştıran somut örneklerden yola çıkarak, hayatı olumsuz etkileyen riskleriyle devam edebilir. Böylelikle öğrenciler Sosyal Medya'nın hayati derece önemini farkına varabilir.
- Bağımlılığa dikkat çeken (örnek film, reklam, haber, sınıfa getirilerek) ve bağımlılığı azaltan aktiviteler (Günlük işlerle ilgili program hazırlayıp, bunları öncelik sırasına koyarak, sosyal medyada gereksiz zaman harcamadığında bunlardan hangilerini yapabileceğine avantajına sahip olabileceğini hatırlatıcı kartlara yazabilir. Sosyal medya kullanma arzusu depreştiğinde bu hatırlatıcı kartlara bakabilir.
- Sınıfçak müze, doğa, piknik gezileri; yürüyüşe çıkmak, sınıf korusu oluşturmak, sınıfça tiyatroya gitmek vb.) yapılabilir ve öğrenciler bu tarz aktivitelere yöneltilir.
- Sosyal medyaya bağımlılığı azaltmak için öğrencilere; doğayı tanıma (yaşayan diğer canlıları bilme, evcil hayvanları, vahşi hayvanları ve bunların özelliklerini), doğayı sevme, doğada zaman geçirme, insanlarla konuşma ve onların sorunlarıyla ilgilenme ve çevreye karşı duyarlı olma bilinci verilebilir.
- Sosyal medya konusunda gerçekten yaşanmış yarar ve risklerle ilgili önemli vakalar sınıfa taşınıp tartışılabilir. Böylelikle örnek olaylarla hem öğrencinin empati kurması hem de böyle bir sorunla karşılaşmamak veya karşılaştığında nasıl davranması gerektiği bilincini verebilir.
- Öğretmenler Öğrencilere sosyal medya tamamen kötü veya her şeyin çözüm yolu sosyal medyada gibi söylemlerden uzak durmalıdır. Bunun yerine öğrencilerle aralarında güven temelli empati kurarak onlarda sosyal medya farkındalığı geliştirilebilir.

- Aile ile işbirliği içerisine girerek, öğrencinin okul dışı faaliyetleri konusunda bilgi sahibi olarak sosyal medya konusunda daha sağlıklı ve kalıcı sonuçlar elde edilebilir.

#### **b) Velilere Öneriler**

- Sosyal medya konusunda çocukları üzerinde baskı yapmadan yardımcı olabilirler.
- Çocuklarıyla sosyal medya kullanımı protokolü (EK-4) imzalanarak, bu konudaki ciddiyet ve tutumlarının çocuklarının far etmesi sağlanabilir.
- Veliler sosyal medyayı aktif kullanarak, sosyal medya konusunda çocuklarına rehberlik edebilecek seviyede olmaları.
- Çocuklarına, koşulsuz şartsız kendileri için değerli olduğu ve sosyal medya ortamında çok kötü bir şey yaşarsa bile kendilerine anlatabilmeleri için güven vermeliler.
- Çocukları sosyal aktivitelere yönlendirmek ve onlara eşlik etmek.
- Sosyal medyaya karşı ön yargılı olmadan çocuklarına öncülük etmek.
- Sosyal medyayı kullanma konusunda çocuklarına ne sınırsız bir serbestlik ne de yasaklama koymak. Bunun yerine ölçülü olmak. Çocuklarıyla daha yakın ilişkiler kurarak onlarla arasında güven oluşturmak ve onlarla empa kurmak.
- Sosyal medya kullanımı konusunda temkinli olmak ve çocuklarına da bu algıyı vermek.
- Evde çocuğunun sorunları, ihtiyaçları, duygularıyla yakından ilgilenmek, onları yalnızlığa terketmemek, evde çocuğuna yeteri kadar kaliteli zaman ayırmak, çocukların bağımlı olmasını engelleyebilir.
- Çocuklarını kötü alışkanlıkları olan kişilerden uzak durmaları için, içten denetimli olmaları ve herkesle arkadaş olmamaları konusunda uyarmak.
- Çocuklarının öğretmenleri ile işbirliği içinde olmak. Çocuklarına sosyal medyanın yararlı ve riskli yönleri hakkında bilgi vermek.
- Çocuklarına onların günlük işleri ile ilgili program yapmalarına yardımcı olmak.
- Eğer veliler sosyal medya konusunda yetersizlerse bu konuda uzman yardımı alarak kendilerini geliştirmeleri gerekir.
- Çocuklarının sosyal medya hesaplarında güvenlik ve gizliliğe dikkat etmek.

- Çocuklarının özel alanlarına fazla müdahale etmeden sosyal medya hesaplarının şifresini bilmek.
- Sosyal medya dilini (jargonunu) öğrenerek çocuklarının dünyasına girebilmek.
- Aileler sosyal medyanın çocuğunun en çok hangi ihtiyacına veya doyumuna cevap verdiğini bilerek bu konuda çocuğuna daha sağlıklı kullanması için yardımcı olabilir.
- Aileler internet suçları, hak ve sorumluluklar konusunda kendilerini geliştirip çocuklara rehber olabilirler.

### c) Öğrencilere Öneriler

- Sosyal medyayı kullanırken, bağımlılık, fiziksel rahatsızlıklar gibi olumsuz sonuçların oluşmaması için, kendilerine süre sınırlandırması koymak kısaca ölçülü olmak.
- Sosyal Medyadaki içeriklerin ne kadar güvenilir ve doğru olduğu konusunda çeşitli kaynaklardan araştırmalar yapmak. Sosyal medya okuryazarlığı becerisi geliştirerek, doğru ve güvenilir bilgi kaynaklarına ulaşabilecek beceriye sahip olmak.
- Sosyal medyayı kullanırken içten denetimli olmak ve arkadaş seçimine dikkat etmek. Sosyal medya ortamındaki siber saldırılar, hesap çalmalar, dolandırılmalar vb. durumlardan korunmak için kullandığı ortam konusunda farkındalığa vararak sosyal medya okuryazarlığı becerisi geliştirmek.
- Sosyal medya ortamında çok fazla arkadaşla iletişime geçmenin ve arkadaş olmanın her zaman yararlı olmadığını farkederek, arkadaş listesini sınırlı tutmak.
- Sosyal medya kullanımı konusunda temkinli olup, bu konuda bilgi ve tecrübesini artırmak. Güvenlik-gizlilik ayarlarına dikkat etmek, bu mecralarda polemige (söz dalaşı) girmekten kaçınmak ve paylaşımlarına dikkat etmek. Yaşanan kötü olaylardan ders çıkararak, bağımlı olmaktan kaçınmak.
- Sosyal medya konusunda bilmedikleri ile ilgili rehber eşliğinde kullanmak, bildikleri konusunda rehber olmak. Örneğin buradan faydalı bilgi ve dökümanları paylaşmak.
- Sosyal medyaya bağımlı olmamak için sosyal faaliyetlere önem vermek. Gerçek hayattaki arkadaş sayısını artırmak ve onlara zaman ayırmak.

- Sosyal medya ortamındaki insanların gerçekten kendilerine ne kadar yakın oldukları ve onlar için ne kadar fedakârlık yapabilecekleri konusunda kendini sorgulamalı. Sosyal medyadaki ilişkilerin aslında gerçek hayattan yalıtılmış “sanal ilişkiler” olduğunun farkına vararak, ailelerine zaman ayırmak ve onlarla birlikte aktiviteler yapmak.
- Başına her ne gelirse gelsin ailesinin dışarıdaki insanlardan daha güvenilir olabileceğinin farkına vararak, ailesine güvenmesi ve sosyal medyada yaşadığı her şeyi onlarla paylaşması.
- Sosyal medyadaki olanaklardan faydalanarak onları, kişisel gelişim ve derinleşme amaçlı kullanabilmek. Bunun için de etkin bir sosyal medya okuryazarlığı becerisi geliştirebilmek.
- Siber zorbalıktan korunmak ve uzak durmak için bilgisini teknoloji, internet yani sosyal medya okuryazarlığı bilgisini artırmak.
- Ailenin koyduğu kurallara uymak ve gerekmedikçe sosyal medyada zaman geçirmemek.
- Sosyal medyanın bir amaç değil hayatı kolaylaştırmaya yarayan bir araç olması gerektiği bilinci geliştirmek.
- Kötü deneyimler yaşayınca kendini teknoloji ve sosyal medyadan soyutlamamak.

#### **d) Medyaya Öneriler**

- RTÜK medyada sosyal medya bilinci geliştirmeye yönelik bazı çalışmalarda bulunabilir. Bunlar; Sosyal medya konusunda araştırma sayısı artırılabilir, Sosyal medya ile ilgili eğitim çalışmaları artırılabilir, farkındalık çalışmaları artırılabilir ve uzmanlarca hazırlanmış sosyal medyaya yönelik çocuk kitapları yazılıp dağıtılabilir.
- Medyada çocuklar için daha güvenilir yayınlar ve güvenilir ortamlar sağlanabilir.
- Sosyal medya konusunda çocuklara hitap edecek onların sevdiği isim veya karakterlerle bilinçlendirme çalışmaları yapılabilir.
- Çocukların her türlü sosyal ağa girmesi sınırlandırılabilir. Sosyal medya uygulamalarını öncelikle bir rehber eşliğinde kullanmalarını sağlanabilir.
- Basılı medyada sosyal medyanın daha faydalı kullanımına yönelik yazılar olabilir.

- Basılı ve görsel medya araçları sosyal medyanın yarar ve riskleri ile ilgili yaşanan olayları daha sık yansıtılabilir.
- Çocuklar interneti açınca sosyal medya konusunda hatırlatıcı notların kendiliğinden çıkması olabilir.
- Sağlıklı sosyal medya kullanımı konusunda farkındalık oluşturacak, çocuklara hitap eden dizi film, çizgi film ve reklam sayısı artırılabilir.
- Sosyal medya uzmanlarının farklı medya mecralarına davet edilerek bilgi paylaşımında bulunmaları sağlanabilir.
- Çocukların her türlü siteye girememesi, özellikle riskli alanlarda uyarıların verilmesi sağlanabilir.
- Çocuklar için uygunsuz olan içeriklerin engellenmesine yönelik çalışmalar artırılabilir.
- Hackerlerin engellenmesine yönelik daha ciddi çalışmalar yapılarak güvenli internet ortamı oluşturulması sağlanabilir.
- Çocuklara yönelik eğitici sitelerin sayısının artırılabilir.
- Çocukların dünyasında olumlu ve olumsuz çağrışımlara sahip kamu spotları yapılabilir.
- Medyanın sosyal medya konusunda etik davranarak, doğru bilgiler vermesi sağlanabilir.

#### e) Milli Eğitim Bakanlığına Öneriler

- Bilişim çağının en yoğun şekilde etkisini gösterdiği günümüzde yeni medya araçlarını doğru okumak ve kullanmak daha da önem kazanmıştır. Bu açıdan bireylerin yeni medya araçlarını doğru kullanmaları ve onlara hâkim olmaları açısından Medya Okuryazarlığı Dersi de en az Tarih, Coğrafya, Türkçe, Matematik ve Fen Bilimleri dersleri kadar önemli ve gereklidir. Bu yüzden seçmeli olan Medya Okuryazarlığı Dersi acilen zorunlu dersler kapsamına alınabilir.
- Medya Okuryazarlığı Dersi zorunlu dersler arasına alınmadığında merkezi sınıflarda daha da önemli olan bazı dersler bu ders yerine işlenmeye devam edecektir. Böyle olunca Medya Okuryazarlığı Dersi ikinci planda kalıp sadece ismen var olacaktır. Bu durumla ilgili sorunlar giderilebilir.

- Milli Eğitim Bakanlığının Medya Okuryazarlığı Dersini nitelikli bir şekilde verecek uzman öğretmenler alması öğrenciler için fayda sağlayabilir.
- Milli Eğitim öncelikle Medya Okuryazarlığı konusunda bünyesinde bulunan öğretmenlere, daha sonra veli ve öğrencilere zorunlu bazı eğitim faaliyetleri geliştirebilir. Milli Eğitim Bakanlığı bünyesine daha fazla Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya uzmanı barındırarak, bilinçlendirme çalışmalarını bu uzmanların öncülük ettiği bir ekiple yapabilir.
- Milli Eğitim Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü ile işbirliği yaparak internet, sosyal medya suçları, güvenlik önlemleri ve yasal süreçler hakkında bütün medya paydaşlarına eğitimler verip, bu konuda hazırlanmış broşürler dağıtabilir.
- Bu konuda Milli Eğitim Bakanlığı ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı işbirliği ile sosyal medya kullanımı konusunda başta çocuklar olmak üzere, tüm aile bireylerine hitap edebilecek bilinçlendirme çalışmaları yapılabilir.

#### **f) Yeni Yapılacak Araştırmalar İçin Öneriler**

- Nitel verilerin nicel verilerle desteklendiği çalışmalar yapılabilir. Veri toplama sürecinde görüşme yapılacak ortamlar katılımcıların rahat olmaları ve detaylı veri sunmaları için önceden hazırlanmalı.
- Daha az katılımcı ile daha uzun süren (derinlemesine) görüşmeler yapılabilir.
- Katılımcı ifadelerinden toplanan verilerden yararlanarak aynı konuda nicel veri toplanabilecek ölçme araçları hazırlanabilir.
- Benzer araştırmalarda daha kapsamlı bilgi toplamak için katılımcılara; medya çalışanları, Medya Okuryazarlığı Uzmanları, medya konusunda uzman iletişimciler ve okul idarecileri de eklenebilir. Araştırmanın veri toplama sürecinde her bir katılımcı için farklı zamanlarda görüşmeler devam edilebilir. Böylelikle aynı kişiden daha detaylı bilgi elde edilebilir.



## KAYNAKLAR

- Akar, E.(2010). Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal WebdePazarlama Stratejileri, Efil Yayınevi, 1. Basım.
- Akar, E., (2006). Blogla Pazarlama, İstanbul: Tiem Yayıncılık.
- Akgündüz, D. (2013). “Fen Eğitimi’nde Harmanlanmış Öğrenme ve Sosyal Medya Destekli Öğrenmenin Öğrencilerin Başarı, Motivasyon, Tutum ve Kendi Kendine Öğrenme Becerilerine Etkisi” Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akıncı Vural, Z. Beril ve Bat, M., (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Journal of Yaşar University, 20(5), ss. 3348-3382.
- Altun, A. & Çakmak, E. (2013). İlköğretim Hayat Bilgisi Dersi Öğretim Programında Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(1), 237-254.
- Altun, A. (2008). Türkiye’de Medya Okuryazarlığı, İlköğretmen Eğitimci Dergisi, (16), 30-34.
- Altun, A. (2009). Eğitim Bilim Açısından Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Programına Eleştirel Bir Yaklaşım. Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 10(3), 97-109.
- Altun, A. (2010). Medya Okuryazarlığının Sosyal Bilgiler Programıylaİlişkilendirilmesi ve Öğretimi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, GaziÜniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arcak, T., Siyahhan, S., Uzunhasanoglu, A. Sarıbeyoglu, S., Cıplak, S., Yılmaz, N. et al. (2008). Cyberbullying among Turkish adolescents. CyberPsychology & Behavior, 11 (3), 253-261.
- Aydeniz, H. (2012). Bilinçli Medya Kullanımı, Nakış Ofset, İstanbul.
- Baban, E. (2012). Mc Luhan ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu, T. Kara, ve E. Özgen (Ed.), Sosyal Medya Akademi (s. 57-79). İstanbul: Beta Yayınları.
- Balcı, Ş. ve Gülnar, B. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili, Selçuk İletişim Fakültesi Dergisi, 6 (1), 5-22.
- Batuş G. , Alver F. vd., (2006). Kadife Karanlık-2, Su Yayınevi, İstanbul.
- Baudrillard J., (2003). Simülakrlar ve Simülasyon, (O. Adanır, Çev.), Doğu-Batı Yayınları, İstanbul.
- Belsey, B. (2007). Cyberbullying: A real and growing threat. ATA Magazine, 88(1), 14–21.

- Beran, T., & Li, Q. (2005). Cyber harassment: A study of new method for an old behavior. *Journal of Educational Computing Research*, 32(3), 265-277.
- Binark, M., Bayraktutan, G., 2013, *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medyada Etik*, Kalkedon Yay., İstanbul.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri
- Büker, N., (2013). *Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya*, M. Demir (Ed.), *Yeni Medya Üzerine*, (s. 137-170), Literatürk Yayıncılık, İstanbul.
- Creswell, J.W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among five traditions* (second edition). London: Sage.
- Çakır Berzah, M. (2006). *Medyanın Ördüğü Berlin Duvarı*, Nobel Yay.
- Çam, E. (2012). *Öğretmen Adaylarının Eğitsel ve Genel Amaçlı Facebook Kullanımları ve Facebook Bağımlılıkları*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Çam, Ş. (2003). *Çocuk Pornografisi Tartışmalarına İlişkin Sorular*, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, 55-86.
- Çelen, K. Fatma., Çelik A., Seferoğlu S. S. (2011). *Çocukların İnternet Kullanımları ve Onları Bekleyen Çevrimiçi Riskler*, Akademik Bilişim Dergisi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Çomu, T ve Halaiqa, İ. (2014). *Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi*, M. Binark (Der.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, İstanbul: Ayrıntı.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. 13(3), 319-340
- Demirli, C., Kütük, F. Ö. (2010). "Anlamsal Web (Web 3.0) Ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, S. 18, s. 97-108.
- Deuze, M. (2011). *Media Life*. In *Media, Culture and Society* Volume 33, Issue 1.
- Dinç, M. (2010). *İnternet Bağımlılığı*, Ferfir Yayınları, İstanbul.
- Erdem, E. (2010). *Elektronik Medya ve Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Ağlar*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ergün, M. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Nitel Araştırma*, <http://www.egitim.aku.edu.tr/nitelaraştırma.ppt#256,1>
- Genç, H. (2010). *İnternetteki Muğla*, Akademik Bilişim Konferansı Muğla Üniversitesi.

- Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim ve Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Gerbner, G. (2014). Medyaya Karşı, (G. Ayas, V. Batmaz ve İ. Kovacı, Çev.), Ayrıntı yay.
- Gönenli, G. Ve Hürmeriç, P., (2012). Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı, T. Kara ve E. Özgen (Ed.), Sosyal Medya Akademi, (s. 213-242), Beta Yay.,İstanbul.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F. ve Madran, O. (2010). Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı. XV. Türkiye’de İnternet Konferansı., İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Gündoğdu, D. (2006). İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanım Düzeyleri ve Amaçları: Elazığ ili örneği (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Gündüz, U. ve Pembecioğlu, N., (2013). Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya, M. Demir (Editör), Yeni Medya Üzerine, Literatürk Yayıncılık, İstanbul.
- Güzel, M. (2007). Küreselleşme Tüketim Kültürü ve İnternetteki Gençlik Siteleri, Mutlu Binark (der) Yeni Medya Çalışmaları, Dipnot Yayınları, Ankara, 184-185.
- Harris, C. ve L. Straker (2000). Survey of physical ergonomics issues associated with school children's use. International Journal of Industrial Ergonomics, 26, 337-346.
- Hatun, Ş. (2007). Tüketim Kültürü ve Çocuk Bedenleri, Nihal Ahioglu, Neslihan Güney (Yayına Hazırlayan), Popüler Kültür ve Çocuk, Dipnot Yayınları, Ankara, 31-34.
- Hinduja, S., & Patchin, J.W. (2009). Bullying beyond the schoolyard: Preventing and responding to cyberbullying. California: Carwin Pres.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O.,(2012). Türkiye ve Sosyal Medya, İstanbul, Okuyan Us Yayınları.
- Işık, U. (2007), Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- İnal, K. (2009). Medya Okuryazarlığı El Kitabı, Ankara, Ütopya Yay.
- Junco, R. (2012). The Relationship Between Frequency of Facebook Use, Participation in Facebook Activities, And Student Engagement. Computers & Education, 58 (1), 162-171.
- Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons (53), 59-68.
- Karaca, M. (2007). Sosyolojik Bir Olgu Olarak İnternet Gençliği: Elazığ Örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Kaymak, G. (2012). Sanal Topluluklardaki Sosyal AğlardaSosyalleşme ve Güven SorunsalıEreğli Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Sosyoloji ve Metodoloji Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

- Kazak, N.(2001). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Kılınç, M. ve Doğan, A. (2014). Ortaokul 7. ve 8. Sınıf Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Biliş Üstü Farkındalıklarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Turkish Studies, Cilt 9/5 Bahar.
- Ko, C. H., Yen, J. Y., Chen, C. C., Chen, S. H., Wu, K., & Yen, C. F. (2006). Tridimensional personality of adolescents with Internet addiction and substance use experience. The Canadian Journal of Psychiatry, 51 (14), 887-894.
- Kowalski, R. M., Limber, P., & Agatston, P. W.(2008). Cyberbullying: Bullying in the digital age: Molden. New York: MA:Blackwell Publishing
- Kök, A. (2013).Günümüz Toplumsal Ortamında Kişilerarası İlişkilerdeki Dönüşümün Sosyal Medyayı Kullanan Çocuklar Üzerinden İncelenmesi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kuzu, A., Odabaşı, F., Erişti, S. D., Kabakçı, I., Kurt, A. A., Akbulut, Y., Dursun, Ö. Ö., Kıyıcı, M., ve Şendağ, S. (2008). İnternet Kullanımı ve Aile, Ankara, T. C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Bilim Serisi: 133
- Lenhart, A., and Madden, M. (2007). "Social Networking Websites and Teens: An Overview." Pew Internet& American Life Project, January 3.
- Li, Q. (2006). Cyberbullying in schools: A research of gender differences. School psychology international, 27, 157-170.
- Livingstone, S., Haddo, L., Görzig, A. ve Ólafsson, K. (2010). Risks and safety on the internet. LSE, London: EU Kids Online.
- Mazman, S:G., (2009). Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve EğitselBağlamda Kullanımı, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- McQuail D., Windahl S., İletişim Modelleri-Kitle İletişim Çalışmalarında (K.Yumlu, Çev.), İmge Kitabevi, Ankara, 1993.
- Merriam, S. B. (1998). QualitativeResearchand Case Study Applications in Education (secondedition). San Francisco: Jossey-BassPublishers
- Milliyetçi, Ö. (2008). Mesleki ve Teknik Eğitim Veren Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin İnternete Yönelik Tutumları ile Sosyal Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Şişli İlçesi Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mishna, F., & Alaggia, R. (2005). Weighing the risks: A child's Decision to Disclose Peer Victimization. Children and Schools, 27, 217-226.
- Mishna, F., McLuckie, A., & Saini, M. (2009). Real-World Dangers in an Online Reality: A qualitative Study Examining Online Relationships And Cyber Abuse. Social Work Research, 33, 107-118.

- Mutlu, E. (2012). İletişim Sözlüğü, Beşinci Basım, Sofos Yay. Ankara.
- Ocak, M. A. (2013). Aile ve İnternet, T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Aile Eğitimi Programı, Ankara.
- Onat, F.(2010). “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 31, 103- 122.
- Özad, B.E. (2011). Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi, N. Türkoğlu ve M. Cinman Şimşek (Ed.), Medya Okuryazarlığı, (s. 87-95), Parşömen Yay.
- Özdemir, N.(2008). Medya Kültür ve Edebiyat, Geleneksel Yay.
- Postman, N. (2006). Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni ( M. E. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- RÜTÜK, (2013). Türkiye’de çocukların medya kullanma alışkanlıkları araştırması, (I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi),Ankara.
- Sayimer, İ. (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1. Baskı, İstanbul.
- Scott, D. M. (2010). Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları, (N. Özata, Çev.), MediaCat Kitapları, 2. Baskı, İstanbul.
- Severin W.J., Tankard J.W., (1992). Communication Theories: Origins, Methods and Uses in The Mass Media, 3rd Edition, Longman, New York.
- Shapira, N. M. Lessing, T. Goldsmith, S. Szabo, M. Lazoritz, ve M. Gold (2003). Problematic İnternet Use: Proposed classification and diagnostic criteria, Depression and Anxiety, 17, 207-216.
- Sönmez, B. (2013).Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Storey, L. (2007). Doing Interpretative Phenomenological Analysis. In E. Lyons ve A. Coyle (Eds.). Analysing Qualitative Data In Psychology. (p. 51-64). Los Angeles: SAGE Publications
- Strauss, A., Corbin, J. (1990). Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. New Delhi: SAGE Publications.
- Şahin, A. (2011). Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Öğretmenler, Öğretmen Adayları Ve Medya İle Bağlı Olan Herkes İçin. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şap Özkan, G. (2014). Ağ Tabanlı Sahnede Benliğin Sunumu: İdealize Edilmiş Duygular, İ. Sayimer (Der.), Yeni Medya Araştırmaları, Literatür Yay.

- Şendağ, S. (2008). Web’de Yeni Eğilimler: “Öğrenme Ortamlarına Entegrasyonu”, Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansı Bildirileri Kitabı (s.995-1001), 1, 06-09 Mayıs, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Şirin, M. R. (2006). Gösteri Çağı Çocukları, İz Yay.
- Taylan, H. H., Işık, M. (2015). "Sakarya'da Ortaokul ve Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı", Turkish Studies ,Vol. 10,pp. 855-874 - ,ISSN:1308-214 ,DOI: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies>
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2004). İletişim araştırmaları ve kuramları. İstanbul: Derin Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R., (2013). İletişim Araştırmaları ve Kuramları, İstanbul, Beta.
- Telli Yamamoto G.ve Şekeroğlu, Ö. K., (2014). Sosyal Medya ve Blog, Kıter Yayınevi, İstanbul.
- Thoman, E. ve Jolls, T. (2003). Literacy for 21st Century An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education, Center for Media Literacy.
- Turan, G. (2009). Gerçeksizliğimizde Sarıldığımız Serap: İnternet, Banu Dağtaş ve Erdal Dağtaş (Der.), Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları: Türkiye Medyasından Örüntüler, Ütopya Yay.
- Türk, D. ve Tugen, B. (2014). Türk Toplumunda Sosyal Medyaya Eleştirel Bakış Eksikliği: Türk Troller ve Trolleme, Akademik Platform [http://kritikanalitik.com/ISCAT2015\\_bildiriler/C12-ISCAT2015ID58.pdf](http://kritikanalitik.com/ISCAT2015_bildiriler/C12-ISCAT2015ID58.pdf)
- Tüzel, S. (2012) İlköğretim İkinci Kademe Türkçe Derslerinde MedyaOkuryazarlığı Eğitimi: Bir Eylem Araştırması. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Ulusoy, A. Ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü, International Journal of Social Science Number: 28,p. 559-572, Autumn II 2014.
- Ülger, G. 2012. Siberalemede Çocukluğun Yeniden Üretimi, T. Kara, ve E. Özgen (Ed.), Sosyal Medya Akademi (s. 285-329). İstanbul: Beta Yayınları.
- Yağcı, Y. (2009). “ Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0 ”, Bilgi Çağında Varoluş: “Fırsatlar ve Tehditler” Sempozyumu, İstanbul.
- Ybarra, L.M., & Mitchell, K. J. (2004). Youth Engage in Online Harassment: Associations with Caregiver-Child Relationships, İnternet Use, And Personal Characteristics, Journal of Adolescence, 27 (3), 319-336.
- Yıldırım, A. (2012). Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması, T. Kara, ve E. Özgen (Ed.), Sosyal Medya Akademi (s. 243-267). İstanbul: Beta Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yıldız, S. (2013). Medya ve Hukuk, Nobel Yay.

Yin, R.K.(2002). Case studyresearch (designand methods), California: SagePublication

Zafarmand, N. “Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR 2.0”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara:2010.

İlköğretim ve Eğitim Kanunu. (1961). T. C. Resmi Gazete, 10705, 12 Ocak 1961.

1. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018. (2013).31 Ekim 2013.

### İnternet Kaynakları

- Mayfield, A. (2008). What is Social Media?. iCrossing eBook [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_i\\_Crossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_i_Crossing_ebook.pdf) 02.18.2015.
- Semerci, B. (2011). “İnternetin Çocuklar Üzerinde 6 Etkisi ve Riski Var” [http://cocuklar.biz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1147:bengisemerci-internet-okul-sinavstresi&catid=116:roportaj&Itemid=571](http://cocuklar.biz/index.php?option=com_content&view=article&id=1147:bengisemerci-internet-okul-sinavstresi&catid=116:roportaj&Itemid=571) 11.02.2015.
- Bozkurt,D.(2015).“İnternetinÇocuklarÜzerindekiEtkileri”<http://cocuklailgiherseyblogcu.com/internetin-cocuklar-uzerindeketkileri/12407635> 14.02.2015.
- WordPress Nedir? <http://tr.wikipedia.org/wiki/WordPress> 20.02.2015
- TumblrKullanımıHakkındaBilinmeyenler:<http://sosyalmedyakulubu.com.tr/sosyal-medya/tumblr-kullanimi-hakkinda-bilinmeyenler.html> 05.03.2015.
- Wiki Nedir?, <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~b0343579/baglantiler/wikinedir.htm> erişim: 09.03.2015.
- İnternet bilgisi? <http://www.internetbilgisi.com/search/label/blogger> 09.03.2015.
- Digg Nedir? <http://www.yukselsisman.com/digg-nedir.html> 13.03.2015.
- Reddit Nedir? Nasıl Kullanılır? <http://www.medyaakademi.org/2014/11/24/reddit-nedir-nasil-kullanilir/> 13.03.2015
- Delicious (web sitesi) [http://tr.wikipedia.org/wiki/Delicious\\_\(web\\_sitesi\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Delicious_(web_sitesi)) 13.03.2015
- Delicious Nedir ? Delicious Ne işe Yarar? <http://www.weblozi.com/delicious-nedir-delicious-ne-ise-yarar/> 13.03.2015.
- Second Life Nedir? [http://tr.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](http://tr.wikipedia.org/wiki/Second_Life)19.04 .2015.
- Sosyal Medya Uzmanlığı: <http://sblayn.blogspot.com.tr/p/profesyonel-is-aglar.html>19.04.2015).
- Blogger nedir?[https://www.blogger.com/about/?r=1-null\\_user](https://www.blogger.com/about/?r=1-null_user) 25. 12. 2016
- Anlık mesajlaşma uygulamaları [https://www.google.com.tr/search?q=anlik%20B1k+mesajla%C5%9Fma+uygulamalar%C4%B1&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEWjzmKqYgpzRAhWlAsAKHeK\\_Ay8Q\\_AUIBygC&dpr=1](https://www.google.com.tr/search?q=anlik%20B1k+mesajla%C5%9Fma+uygulamalar%C4%B1&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEWjzmKqYgpzRAhWlAsAKHeK_Ay8Q_AUIBygC&dpr=1)
- Anlık mesajlaşma uygulamaları: <http://www.isakoc.com/wp-content/uploads/2015/11/Androidde-en-%C3%A7ok-kullan%C4%B1lan-mesajla%C5%9Fma-konu%C5%9Fma-uygulamalar%C4%B1.png> 22.12.2016

- Twitter: [http://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/twitterda-buyuk-yenilik\\_jPj86ZnDqESbeDzssW0HUA/\\_f1lHaFhxEST0e7sbkS-GQ](http://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/twitterda-buyuk-yenilik_jPj86ZnDqESbeDzssW0HUA/_f1lHaFhxEST0e7sbkS-GQ)
- <https://www.google.com.tr/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=%E2%80%A2+Twitter%3A+https%3A%2F%2Ftr.wikipedia.org%2Fwiki%2Ftwitter> 20.12.2016
- <https://www.webtures.com.tr/blog/sosyal-medya-kullanici-lari-2016-istatistikleri/3/>
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tumblr>
- <https://www.tumblr.com/https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:About>
- <https://www.webtures.com.tr/blog/sosyal-medya-kullanici-lari-2016-istatistikleri/3/>
- <https://onedio.com/haber/facebook-hakkinda-muhtemelen-duymadiginiz-iliginc-bilgiler-612725>)
- <https://www.google.com.tr/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=%E2%80%A2%20https%3A%2F%2Fonedio.com%2Fhaber%2Ffacebookhakkinda-muhtemelen-duymadiginiz-iliginc-bilgiler-612725>)
- [https://tr.wikipedia.org/wiki/Swarm\\_\(uygulama\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Swarm_(uygulama))
- <https://www.sibelhos.com/foursquare-ile-ilgili-bilmeniz-gereken-11-onemli-istatistik-ocak-2014>
- <http://tusbeyinli.com/2015/04/foursquare-swarm-kullanici-istatistikleri-infografik.html>
- <http://sosyalmedya.co/foursquarein-ve-swarmin-turkiyeye-ait-verileri-infografik/>
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>
- <https://www.whatsapp.com/features/>
- [https://twitter.com/jankoum/status/503725598414368768?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/jankoum/status/503725598414368768?ref_src=twsrc%5Etfw)
- <http://www.sozcu.com.tr/2016/teknoloji/rakamlarla-whatsapp-ile-ilgili-gercekler-1534785/>
- <http://kimkurdu.com/skypei-kim-kurdu/>
- <http://shiftdelete.net/skypein-istatistikleri-aciklandi-37901>
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Snapchat>
- <http://snapchatturkiye.com/>
- <http://www.sibelhos.com/snapchat-istatistikleri-2016>
- Xing Nedir? <http://xingnedir.blogspot.com.tr/19.04.2015>.
- Netlog Nedir? <http://tr.wikipedia.org/wiki/Netlog> 04.06.2015.
- <https://www.google.com.tr/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=%E2%80%A2+WEB+1.0%2C+2.0%2C+3.0%2C+4.0%2C+%E2%80%A6%2+WEB+%E2%88%9E%3A%2C>11.02.2015



**EKLER**

**EK-1****Sosyal Medya Kullanımı Araştırması**

Değerli öğretmenim; aşağıda sosyal medyanın öğrencileriniz için oluşturabileceği risk ve yararlaraya yönelik bazı sorular sorulmuştur. Bu sorulara vereceğiniz içten cevaplar, araştırmanın doğru sonuçlar vermesine önemli katkılar sağlayacaktır. **Adınızı yazmanıza gerek yoktur**. Verdiğiniz içten cevaplar için teşekkür ederim.

<b><u>MEVCUT DURUM</u></b>	<b><u>ÖNERİLER</u></b>
<p><b>Sosyal Medyanın</b>(Facebook, Twitter, whatsApp, Skype, Instagram, youtube, <i>online oyun siteleri, Yahoo, MySpace vb.</i>)<b>öğrencileriniz için;</b></p> <p><b>Yararları nelerdir? Neden?</b></p> <p><b>Riskleri nelerdir? Neden?</b></p>	<p>Öyle ise;</p> <p><b>Siz bu konuda sınıfta neler yapıyorsunuz veya neler yapılabilir?</b></p> <p><b>Bu konuda veliler ne yapmalı?</b></p> <p><b>Öğrenciler ne yapmalı?</b></p> <p><b>Medyanın nasıl yardımcı olmasını istersiniz?</b></p>

**EK-2****Sosyal Medya Kullanımı Araştırması**

Değerli öğrencimiz; aşağıda sizin sosyal medyayı kullanımınıza ve sosyal medyanın sizler için oluşturabileceği risk ve yararlaraya yönelik bazı sorular hazırlanmıştır. Bu sorulara vereceğiniz içten cevaplar, araştırmanın doğru sonuçlar vermesine önemli katkılar sağlayacaktır. **Adınızı yazmanıza gerek yoktur.** Verdiğiniz içten cevaplar için teşekkür ederim.

<b><u>MEVCUT DURUM</u></b>	<b><u>ÖNERİLER</u></b>
<p><b>Sosyal Medyanın</b>(Facebook, Twitter, whatsApp, Skype, Instagram, youtube, <i>online oyun siteleri, Yahoo, MySpace vb.)sizin için;</i></p> <p><b>Yararları nelerdir? Neden yararlı?</b></p> <p><b>Riskleri nelerdir? Neden risk?</b></p>	<p>Öyle ise;</p> <p><b>Sen neler yapıyorsun?</b></p> <p><b>Ailenin bu konuda sana nasıl yardımcı olmasını istersin?</b></p> <p><b>Öğretmenlerinin sana bu konuda nasıl yardımcı olmasını istersin?</b></p> <p><b>Medyanın nasıl yardımcı olmasını istersin?</b></p>

**EK-3****Sosyal Medya Kullanımı Araştırması**

Değerli veli; aşağıda sosyal medyanın çocuğunuz için oluşturabileceği risk ve yararları yönelik bazı sorular sorulmuştur. Bu sorulara vereceğiniz içten cevaplar, araştırmanın doğru sonuçlar vermesine önemli katkılar sağlayacaktır. **Adınızı yazmanıza gerek yoktur.** Verdiğiniz içten cevaplar için teşekkür ederim.

<b><u>MEVCUT DURUM</u></b>	<b><u>ÖNERİLER</u></b>
<p><b>Sosyal Medyanın</b>(Facebook, Twitter, whatsApp, Skype, Instagram, youtube, <i>online oyun siteleri, Yahoo, MySpace vb.</i>)<b>çocuğunuz için;</b></p>	<p>Öyle ise;</p>
<p><b>Yararları nelerdir? Neden?</b></p>	<p><b>Siz bu konuda evde nelere dikkat ediyorsunuz?</b></p>
<p><b>Riskleri nelerdir? Neden?</b></p>	<p><b>Çocuklarınızın neler yapmasını beklersiniz?</b></p>
	<p><b>Öğretmenlerin bu konuda çocuklarınıza nasıl yardımcı olmasını istersiniz?</b></p>
	<p><b>Medyanın nasıl yardımcı olmasını istersiniz?</b></p>

**EK-4: ÇOCUKLAR İÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIM PROTOKOLÜ****ÇOCUKLAR İÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIM PROTOKOLÜ**

Ben.....Sosyal Medya'yı kullanırken aşağıdaki kurallara uyacağım.

- 1) Sosyal Medya'yada nerelere gireceğimi, neler yapacağımı, ne zaman ve ne kadar (dakika ya da saat) çevrimiçi olabileceğimi, nelere dikkat edeceğimi öğrenmek için anne ve babamla konuşacağım.
- 2) Annemin ve babamın izni olmadan ev adresim, telefon numaram, annemin ve babamın iş adresleri, veya telefon numaraları, kredi kartı numaraları ya da okulumun adı ve yeri gibi kişisel bilgileri kimseyle paylaşmayacağım.
- 3) Sosyal medya kullanırken e-posta iletileri, web siteleri ya da Sosyal Medya'daki arkadaşlarımdan gelen mektuplar yoluyla kendimi rahatsız ya da tehdit altında hissetmeye yol açacak bir şeyle karşılaştığımda hemen anneme ve babama haber vereceğim.
- 4) Annemin ve babamın izni olmadan Sosyal Medya'da tanıştığım kişilerle yüz yüze buluşmayı kabul etmiyeceğim.
- 5) Annemin ve babamın izni olmadan sosyal Medya ya da posta yoluyla kendimin veya ailenin diğer bireylerinin fotoğraflarını başkalarına göndermeyeceğim.
- 6) Sosyal Medya şifrelerimi, annem ve babam dışında en iyi arkadaşlarım dâhil kimseye vermiyeceğim.
- 7) Sosyal Medya'da insanları incitebilecek veya kızdıracabilecek ya da yasa dışı hiçbir şey yapmayacağım.
- 8) Annemin veya babamın haberi olmadan sosyal Medya'da para harcamayla sonuçlanabilecek hiçbir şey yapmayacağım.
- 9) Anneme ve babama aşağıda oturum açtığım Sosyal Medya ağlarının isimlerini bildireceğim:

.....  
 .....  
 .....  
 .....

Adı (çocuk).....Tarih.....

Ebeveyn veya veli.....Tarih.....

NOT: Dinç'in (2010) "İnternet Kullanım Sözleşmesi"nden esinlenerek hazırlanmıştır.

**EK- 5: VERİ TOPLAMA İZİN BELGESİ**

**T.C.  
DENİZLİ VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü**

**Sayı** : 16605029/44/909458

27/01/2015

**Konu**: Anket Onayı

VALİLİK MAKAMINA

**İlgi** : Pamukkale Üniversitesi Rektörlüğünün 29/12/2014 tarih ve 28010 sayılı yazıları

Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı Doktora Programı öğrencisi Türkan ÇELİK “ Sosyal Medyanın Yarar ve Risklerine Yönelik Bir İnceleme: Paydaşların Gözünden ” konulu tez çalışmalarına ilişkin anket formunu İlgi yazı gereği Merkezefendi ve Pamukkale İlçelerindeki ortaokullarda uygulamak istemektedir.

Yukarıda adı geçen müracaatlar ile ilgili Lisans, Yüksek Lisans, Doktora öğrencileri ve Öğretim Görevlilerinin ilgi yazıları ekinde belirtmiş oldukları okullarda, (İlköğretim/Ortaöğretim/Okulöncesi) konuları ile ilgili anket çalışmalarının “Araştırma, Yarışma ve Sosyal Etkinlik İzinleri” Genelgesinde belirtilen esaslar gereğince; Okul ve kurumların eğitim-öğretim faaliyetlerini aksatmayacak şekilde ve bu araştırma kapsamında elde edilen verilerin cd ortamında Müdürlüğümüze teslim edilmesi kaydıyla 2014/2015 eğitim-öğretim yılı içerisinde uygulamaları Müdürlüğümüzce uygun görülmüş olup;

Olurlarımıza arz ederim.

Mahmut OĞUZ  
Millî Eğitim Müdürü

Güvenli Elektronik İmza  
Açılış Tarihi  
30 Ocak 2015  
Mehmet TURK  
Memur

O L U R  
.../01/2015  
Ali ŞANLIER  
Vali a.  
Vali Yardımcısı

T.C.  
DENİZLİ VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE

Kurumunuzca Müdürlüğümüzden talep edilen araştırma isteklerine ait Makam Onayı ve Müdürlüğümüzce Onay verilen anket formları ekte gönderilmiştir.

Gereğini rica ederim

Ali ŞANLIER  
Vali a.  
Vali Yardımcısı

Ek:

1-Anket Formları

Sırapapılar Mah. Saltak Cad. No: 76 20100/DENİZLİ Ayrıntılı Bilgi İçin : S.GELMİŞ VHKİ  
Elektronik Ağ : <http://denizli.meb.gov.tr> Telefon : (0 258) 265 55 54 dahili 708  
e-posta: strateji20@meb.gov.tr Belgegeçer : (0 258) 265 01 69

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <http://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden fdc5-ac75-30ae-8c60-2e13 kodu ile teyit edilebilir.

## ÖZGEÇMİŞ

<b>Kişisel Bilgiler</b>	
Adı	TÜRKAN
Soyadı	ÇELİK
Doğum yeri ve tarihi	GERGER - 17.09.1983
Uyruğu	T.C.
İletişim adresi ve e-mail adresi	Tevfik Kut Ortaokulu Fatih/İSTANBUL turkan6.celik@hotmail.com
<b>Eğitim</b>	
İlköğretim	1990-1995 KENAN EVREN İLKÖĞRETİM PKULU
Ortaöğretim	1999-2005 AÇIKÖĞRETİM
Yükseköğretim (Lisans)	2005-2009 Pamukkale Üniversitesi – Sosyal Bilgiler Öğretmenliği A.B.D.
Yükseköğretim (Yüksek Lisans)	2009-2011 Pamukkale Üniversitesi – sosyal Bilgiler Eğitimi
Yükseköğretim (Doktora)	2011-2017 Pamukkale Üniversitesi- İlköğretim-Sosyal Bilgiler
<b>Yabancı Dil</b>	
İNGİLİZCE - ÜDS - GÜZ - 2010	60
<b>Mesleki Deneyim</b>	
2013 - HALEN	ÖĞRETMENLİK