

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
ANA BİLİM DALI

ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN İNTERNET VE
SOSYAL MEDYAYA YÖNELİK ALGI VE
TUTUMLARININ BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ebru ÜÇÜNCÜ

Lefkoşa
Ocak , 2019

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
ANA BİLİM DALI

ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN İNTERNET VE
SOSYAL MEDYAYA YÖNELİKALGI VE
TUTUMLARININ BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ebru ÜÇÜNCÜ

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Vasfi TUĞUN

Lefkoşa
Ocak, 2019

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI

Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Ebru Üçüncü'nün “ Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi” isimli tezi Ocak 2018 tarihinde jürimiz tarafından Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitim Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans Tezi Çalışması olarak kabul edilmiştir.

Adı-Soyadı

İmza

Başkan: : Prof. Dr. Zehra ALTINAY GAZİ

Üye: : Yrd. Doç. Dr. Ahmet Arnavut

Üye: : Yrd. Doç. Dr. Vasfi TUĞUN (Danışman)

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../2019

Prof. Dr. Fahriye ALTINAY AKSAL
Enstitü Müdürü

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Bu tezin içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi; tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu; çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz bir şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

17 /01 /2019

Ebru ÜÇÜNCÜ

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans süresince maddi ve manevi desteklerinin yanı sıra sabırlarını da ortaya koyan gerek tez sürecimin başındaki desteği, gerekse yazım sürecindeki motive edici sözleri için, yalnız akademik anlamda değil hayatımın her alanında benim için en iyisini istediğini bildiğim kardeşlerim Elzem ÜÇÜNCÜ'ye Ahmet ÜÇÜNCÜ'ye fizik öğretmenim annem Ayşe ÜÇÜNCÜ'ye matematik öğretmenim babam Kemal ÜÇÜNCÜ'ye ithaf ediyorum. Araştırmanın tüm aşamasında desteğini esirgemeyen önerilerde bulunan rehberlik eden değerli danışmanım Yrd.Doç.Dr.Vasfi TUĞUN'a, çalışmayı hazırlarken ve lisans dönemimde de hep bilgilerinden yararlandığım her soru sorduğumda sabırla özveri ile yanıt aldığım saygıdeğer öğretmenlerim Prof. Dr. Hafize KESER, Prof.Dr.Zehra ALTINAY, Prof.Dr. Fezile ÖZDAMLI, Doç.Dr. Çiğdem HÜRSEN, Doç.Dr. Murat Tezer, Yrd.Doç.Dr. Tahir TAVUKÇU ve İngilizce Öğretmenim Aysun ÇOLAK KORAY' a sonsuz teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Ebru ÜÇÜNCÜ

ÖZET

ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN İNTERNET VE SOSYAL MEDYAYA YÖNELİK ALGI VE TUTUMLARININ BELİRLENMESİ

ÜÇÜNCÜ, Ebru

Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitim Ana Bilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Vasfi TUĞUN

Ocak, 2019 108 Sayfa

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler toplumları değiştirmiş onların alışkanlıklarını yaşam tarzlarını çeşitli yönlerden etkilemiştir. Kişilerin yaşam tarzları gelenek görenekleri ekonomik durumları kişisel yargıları gibi birçok etken kişilerin internet ve sosyal medya ile ilgili algı ve tutumlarını yönlendirmektedir. Günümüzde internet ve sosyal medyadaki gelişmeler öğrenciler arasında internet ve sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşması öğrencilerin internet ve sosyal medyaya yönelik farklı algı ve tutumlarla ilgili sorunlarla karşı karşıya getirmiştir. Fakat asıl sorun öğretmen, veli ve öğrencilerin iletişim eksikliğinin internet ve sosyal medya kullanımı ile ilişkilendirilmesi avantajdan çok dezavantajların algı ve tutumları şekillendirmesinden doğmaktadır. Birbirini anlamaya çalışmayan öğretmen veli ve öğrenciler iletişim sorunlarına farklı çözümler getirmeyecek iletişimdeki eksiklikler yaşantıları da olumsuz yönde değiştirecektir. Bu ve buna benzer sorunlarla başa çıkmaya çalışılırken öğretmen ve velilere büyük sorumluluk düşmektedir.

Öğrencilerin internet ve sosyal medyadan ne anladıkları internet ve sosyal medyanın yaşantılarını nasıl şekillendirdiği bu konudaki algı ve tutumların ne olduğunu düşündürmektedir. Öğrencilerin gözü ile dünyaya bakmadan onların yaşamlarında yer almadan davranışlarını algı ve tutumlarını incelemeyen öğrencilerin sorunlarına çözüm getirmek onların gelecekte yapabileceklerine destek olabilmek onlara rehberlik edebilmek pek mümkün görülmemektedir. Bu nedenle bu çalışma kapsamında öğrencilerin öncelikle internet ve sosyal medya ile ilgili algı ve tutumlarının ne olduğuna ve bu konudaki deneyimleri internet ve sosyal medyayı kullanım durumları incelenecek yaşanan gelişmeleri takip etme durumlarına bakılacaktır.

Araştırmada model olarak ilişkisel betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Ortaöğretim öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumlarının çeşitli değişkenlerle ilişkisi sorgulanarak ortaya konulma amaçlı hazırlanmıştır. Okullarda internet ve sosyal medya kullanımına yönelik lise öğrencilerinin bu alanda ilgi ve ihtiyaçlarına dayanarak onların bu konudaki algı ve tutumlarını değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini T.C. Amasya İl Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı resmi okullarda eğitim alan ortaöğretim öğrencileri olarak belirlenmiştir. Evreni oluşturan gruptan örneklem olarak 1.056 öğrenci belirlenmiş araştırma ölçeği sözü edilen 1.056 öğrenciye uygulanmıştır.

Araştırmada sonuç olarak öğrencilerin sosyal medya aracılığı ile çeşitli etkinliklerde bulundukları duygu ve düşüncelerini paylaştıkları toplumsal iletişim sürecinde sosyal medya kullanımının yaygınlaşmaya başlaması bireylerin alışkanlıkları sosyal medya etkisi ile her geçen gün çeşitlendiği söylenebilir. Sosyal medya ve internet kişilere yeni yaşam ve imkanlar sunmakta öğrencilerde bu imkanlardan yararlanma çabası içindedir. Hızlı iletişim kurma bilgilenme sosyal etkileşim içinde olma, kendini ifade etme kendini gerçekleştirme gibi birçok faaliyetlerde internet ve sosyal medyanın kullanılmasının hem az maliyetli, hem kolay hem de daha az zaman alıcı olduğu gerçektir. İnternet ve sosyal medya araçlarının kullanılmaya başlanması ile öğretmen öğrenci arasındaki mesafe de kısalmış öğrencilerin etkinliklere katılma güdüsünü arttırmış buda internet ve sosyal medyaya olan algı ve tutumu değiştirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Algı, Tutum.

ABSTRACT**DETERMINATION OF THE PERCEPTION AND ATTITUDES OF
SECONDARY STUDENTS ON INTERNET AND SOCIAL MEDIA****ÜÇÜNCÜ, Ebru****Computer Education and Instructional Technology****Supervisor: Assist. Prof. Dr. Vasfi TUĞUN****January 2019, 108 page**

Developments in communication technologies have changed societies and influenced their habits and lifestyles in various ways. People's lifestyles are guiding the perceptions and attitudes of individuals about the Internet and social media in many factors such as traditions, personal judgments of economic conditions. Today, the developments in internet and social media have increased the use of internet and social media among the students and the students face problems related to different perceptions and attitudes towards internet and social media. However, the main problem is that the lack of communication between teachers, parents and students is associated with internet and social media usage. The teacher and the students who do not try to understand each other will not bring different solutions to communication problems and the shortcomings in communication will change their experiences negatively. Teachers and parents have great responsibility when dealing with these and similar problems. What students understand about internet and social media and how they shape the lives of the internet and social media makes us think about the perception and attitudes on this issue. Without looking at the world without looking at the world with the eyes of students without examining their behavior and attitudes of students to solve their problems to support their future in the future can not be able to guide them. In this study, firstly students' perceptions and attitudes about internet and social media and their experiences on internet and social media usage status will be examined.

In this study, relational descriptive survey model was used as a model. Secondary school students' perceptions and attitudes towards Internet and Social Media were investigated. The aim of this study was to evaluate the perception and attitudes of high school students on internet and social media use based on their interests and needs in this field. In the study, it was determined as secondary school students who were educated in public schools of Turkish Republic Amasya Provincial National Education Directorate. The scale was applied to 1.056 students.

As a result, it can be said that social media usage is becoming more widespread in social communication process where students share their feelings and thoughts through social media. Social media and the Internet offer new life and opportunities for individuals and they are trying to benefit from these opportunities. It is a fact that the use of internet and social media is both cost effective, easy and less time consuming in many activities such as social interaction, self-expression and self-realization. The distance between teacher and student has been reduced with the introduction of internet and social media tools. This situation changed the perception and attitude of internet and social media by increasing the motivation of students to participate in the activities.

Keywords: Social Media, Perceptions, Attitudes.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI	i
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI.....	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR.....	xiii

BÖLÜM I

1. GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Amaç	8
1.4. Varsayımlar.....	11
1.5. Kapsam ve Sınırlılıklar.....	11
1.6. Tanımlar.....	12

BÖLÜM II

KURAMSAL TEMELLER ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	14
2.1. Kuramsal Temeller	14
2.1.1. Teknoloji.....	14
2.1.2. İletişim.....	14
2.1.2.1. Medya	16
2.1.2.2. Algı ve Tutum	20
2.1.3. İletişim Teknolojileri.....	22
2.1.3.1. İletişim	23
2.1.4. İnternet.....	24
2.1.5. Sosyal Medya.....	25
2.1.5.1. Sosyal Medya Kültürü	27
2.1.5.2. Sosyal Medyanın Gelişimi.....	27
2.1.5.2. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	28

2.1.5.3. İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumlar	29
2.1.5.4. Sosyal Medyanın Toplumlara Etkisi	30
2.1.6. İnternet ve Sosyal Medya Araçları.....	31
2.1.7. Web 1.0.....	31
2.1.8. Web 2.0.....	32
2.1.9. Web 3.0.....	32
2.1.9. Web 1,0'dan Web 2,0'a Geçiş	33
2.1.10. Web 1.0 ve Web 2.0'ın Kullanım Alanları.....	35
2.1.11. İnternet ve Sosyal Medya Platformları.....	35
2.1.12. Sosyal Ağlar.....	36
2.1.12.1. Facebook	36
2.1.12.2. MySpace.....	37
2.1.12.3. GooglePlus	37
2.1.13. Bloglar	37
2.1.14. Wikiler	37
2.1.14.1. Wikipedia	38
2.1.15. Podcastler.....	38
2.1.16. Forumlar	38
2.1.17. İçerik Paylaşım Toplulukları	38
2.1.17.1. Youtube	38
2.1.17.2. Flickr	39
2.1.17.3. Instagram.....	39
2.1.18. Mesleki Ağ Siteleri	39
2.1.18.1. LinkedIn	39
2.1.18.2. Acedemia.....	40
2.1.19. Microblog Uygulamaları	40
2.1.19.1. Twitter	40
2.1.20. Sosyal İmleme Siteleri.....	41
2.1.20.1. Digg.....	41
2.1.20.2. Delicious	42
2.1.20.3. Stumbleupon.....	42
2.1.20.4. Linkibol.....	42
2.1.21. Gerçek Zaman Uygulamaları (Real Time Applications).....	42

2.1.22. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımında Öğrenci Öğretmen İletişimi ..	42
2.1.23. Diğer Ülkelerde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı	43
2.1.24. İnternet ve Sosyal Medyanın Avantajları	43
2.1.25. İnternet ve Sosyal Medyanın Dezavantajları	44
2.1.26. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medya Yönelik Algıları ve Tutumları	46
2.1.27. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medya Kullanımının Etkileri	47
2.1.28. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medyaya Kullanımında Arkadaşları ile İletişimine Yönelik Algı ve Tutumları	48
2.1.29. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medyaya Kullanımında Öğretmenleri ile İletişimine Yönelik Algı ve Tutumları	49
2.1.30. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medyaya Kullanımında Ailelerin Algı ve Tutumları	49
2.1.32. İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumlarla İlgili Araştırmalar	50

BÖLÜM III

YÖNTEM.....	54
3.1. Araştırmanın Yöntem ve Sınırlıkları	54
3.2. Evren ve Örneklem.....	56
3.3. Ölçme aracının belirlenmesi	59
3.4. Veri Toplama Araçları.....	60
3.4.1. Kişisel Bilgi Formu	60
3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği	61
3.4.3. Sosyal Medya Algı Tutum Ölçeği	61
3.5. Verilerin Toplanması.....	62
3.6. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması	62
3.7. Süre ve Olanaklar	64

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUMLAR	65
4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	65
4.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Bilgileri	66
4.3. Katılımcıların En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Siteleri.....	67
4.4. Katılımcıların Medya Ortamlarının Kullanım Sıklığı	68
4.5. Sosyal Medya Eylemleri Gerçekleştirme Sıklıkları	70

4.6. Sosyal Medya Kullanma Motivasyonları	72
4.7. Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları	74
4.8. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması	78
4.10. Yaşa Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması.....	80
4.11. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması	81
4.12. Yaşa Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması.....	82
4.13. Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması.....	83
4.14. Gelire Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması	85
 BÖLÜM V 	
5. SONUÇ VE TARTIŞMA.....	86
5.1. Öneriler	91
EKLER.....	102

TABLOLAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1. Yeni Medya İle Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar	16
Tablo 2. İnternetin Dönüşümü	31
Tablo 3. Amasya’da Bulunan Lise Öğrencilerin Dağılımları	54
Tablo 4. Araştırma Evrenini Belirleyen Öğrenci Sayısı	55
Tablo 5. Çalışma Süresi	60
Tablo 6. Katılımcıların Demografik Özellikleri	61
Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Bilgileri	62
Tablo 8. En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Siteleri	64
Tablo 9. Medya Ortamlarının Kullanım Sıklığı	65
Tablo 10. Sosyal Medya Eylemleri Gerçekleştirme Sıklıkları	66
Tablo 11. Sosyal Medya Kullanma Motivasyonları	68
Tablo 12. Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları	70
Tablo 13. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması	74
Tablo 14. Gelire Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması	75
Tablo 15. Yaşa Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması	76
Tablo 16. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması	77
Tablo 17. Yaşa Göre Sosyal Medya Motivasyonları Karşılaştırılması	78
Tablo 18. Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarının Karşılaştırılması	79
Tablo 19. Gelire Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması	80

KISALTMALAR

TC	: Türkiye Cumhuriyeti
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
YDÜ	: Yakın Doğu Üniversitesi
TC	: Türkiye Cumhuriyeti
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları, araştırmada geçen kavram ve tanımlar bulunmaktadır. Öğretmen adaylarının bu ortamlara yönelik görüşleri alınacaktır.

1.1. Problem Durumu

Teknoloji, uygulaması güç olan ve zaman alıcı işlerin daha basit şekilde gerçekleştirebilmek için kullanılan araç gereçlerden veya araç gereçsiz olarak uygulanan tekniklerdir. Ayrıca bilişim teknolojilerinden de yararlanılarak kişilerin doğa ile baş edebilmek amacıyla hazırladığı rasyonel disiplindir. Teknoloji bilimsel yöntemlerden yararlanarak doğada insanın var olmasını ve üstünlüğünü sağlayan düzenlenmiş yapıdır (Kaya, 2006). Teknoloji somut ve deneysel anlamda temel olarak teknik yönden yeterli, küçük bir grubun örgütlü bir hiyerarşi yardımıyla bütünün geri kalanı (insanlar, olaylar, makineler vb.) üzerinde denetimi sağlamasıdır (Koçak ve Gülcü 2013). Teknoloji aynı zamanda bilimin belirlediği kuralların uygulanmasıyla doğa üzerinde insanların uzmanlaşmasını sağlamak için tasarlanmış rasyonel disiplindir (Kaya, 2006).

Teknolojinin ilerlemesi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler öğrencilerin internet ve sosyal medyaya karşı farklı algı ve tutum geliştirmelerine neden olmuştur. Teknoloji yardımcı unsur olarak yaşamımızın her alanında kullanmakta ve günlük işlerimizde bize zaman güç tasarrufu sağlayan sistemlerdir. Teknoloji kişilerin var olan özelliklerini yeteneklerini geliştirmesine ihtiyaçlarını karşılamasına yardım eden kaynaklardır. Teknoloji geleneksel gereçlerden de farklı özelliklere sahiptir. Teknoloji yalnızca araç gereç olarak tanımlanamaz aynı zamanda bilimin de kullanılmasıyla amaçlara göre değişkenlik gösteren çeşitli sistemlerin genel ismidir. Teknoloji aynı zamanda bilgi altyapısının uygulamaya yönelik yönü olarak ele alınabilir (Şimsek, 2007). Teknoloji bilginin araç gerece dönüştürülerek

kullanılmasının yanında toplumların farklı ihtiyaçlarına cevap verebilme amacını taşır. Yeni teknolojik gereçler geleneksel gereçlerden farklı niteliklere sahiptir. İnternet teknolojisindeki gelişmelerin de katkısı ile ağ teknolojilerinin sunduğu yeni fırsatlar teknolojiye yepyeni bir bakış açısı kazandırmıştır. İnternetinde teknolojik gelişmelere dahil olmasıyla beraber ağ teknolojilerinin sunduğu fırsatlar hızlı artış içine girmiştir. Özellikle bilgi toplumlarında her an her yerde bilgiye erişim kişilerin yaşam biçiminde kalıcı değişiklikler oluşturmuştur (Polat ve Odabaşı, 2008).

Öğretim Teknolojisi, öğretimi gerçekleştirmek için özel amaçların öğrenmeye uygun olarak düzenlenmesi iletişim ve öğrenme faaliyetlerine yönelik çalışmaları insanların fiziksel güç gerektiren alanlar kullanılarak hazırlanması değerlendirilmesi ve yürütülmesine öncelik verilen yaklaşımdır (Odabaşı, 2007).

Öğrenme ve öğretme birbiri ile doğrudan bağlantılı iki öğedir. Kişiler öğrenmenin gerçekleştirilmesi dışında öğrendiklerinin başkalarına öğretilmesi sürecinden de sorumludur. Öğretim teknolojisi bilginin diğer kişilere nasıl aktarılacağına sorgulanması ve bilginin kalıcı olması esasına dayanılarak öğrenmenin gerçekleştirilmesi öğrenme öğretme sürecinde çeşitli yöntemlerden yararlanılması ve araç gereçlerin kullanılmasını hedefleyen bilim dalına denilmektedir (Şimşek, 2007).

İletişim, alıcıya ulaştırılmak amaçlanan mesaja alıcının ve gönderenin anlayabileceği şekilde gönderenden alıcıya mesajın iletildiği süreçtir. İletişim aynı zamanda davranışlara farklılık getirmek amacıyla tutumların, algının, duyguların, fikirlerin, haberlerin, bilgi ve becerilerin başkaları ile paylaşılmasıdır (Çilenti, 1998). Öğrenme öğretme sürecinde her bireyin kazanması gereken özellikler vardır. Bu özelliklerin kazanılması için bir altyapı ve çalışmaya etki edecek yardımcı bileşenlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bileşenlerden biride iletişimdir. İletişim yalnızca eğitimin bir bileşeni değil aynı zamanda eğitim programında yer alan etkili işitsel ve görsel bir araçtır. İletişim kuran kişiler birbirleri ile bilgi alışverişinde bulunurlar ve genellikle anladıkları ortak dile sahiptirler. İletişim bir ağ üzerinden kişilerin kendilerini ifade etmek için en çok yararlandıkları unsurdur. İletişimin yetersiz olduğu ortamda bir takım eksiklikler görülecek ve bu eksikliklerin telafisi

güçleşecektir. Wizberg, öncesinde bilişim teknolojileri adı verilen bilgisayar sistemlerinin şimdilerde daha çok sosyal merkezli bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin etkisi ile etkileşim teknolojileri adını alması gerektiğini dile getirmektedir. Bununla beraber yalnızca bilgisayarlar arası kurulan etkileşimin dışında özellikle kişilerin birbirleri ile aralarında kurulan iletişime de katkı sunmalıdır. İletişim kurmak için sohbet araçlarından, sosyal ağlardan, ağ günlüklerinden (bloglar), video paylaşımı sağlayan araçlardan, forumlardan, podcastlerden yararlanılabilir (Wizberg, 2005).

İnternet, TCP/ IP protokolüne bağlı kalarak birçok teknolojik cihazın bir ağ ile birbirleri arasında bağlantı kurmasını sağlayan ağ(network) sistemidir. Bilimsel araştırmalarda, askeri alanda, eğitim öğretim uygulamalarında internet aracılığı ile sunulan imkanlardan yararlanılmaktadır (Kenanoğlu ve Kahyaoğlu, 2011).

Sosyal ağların gelişimi ile birlikte kullanıcı yalnızca bilgiye ulaşmakla sınırlı kalmadı. Aynı zamanda bilgiyi yorumlayabilen, bilgiyi kendine göre biçimlendirmeye başladı sürecin içinde aktif olarak dahil oldu. Www (Word Wide Web), kullanıcıların teknolojik cihazlarla çoklu ortam öğelerini bir araya getirmiş yapılara ulaşılmasını görüntülenmesini ve kullanılmasını sağlayan programdır.İnternetin geliştirilmesi kapsamının artması özellikle içinde var olan toplulukların yaşantılarını, ekonomik durumlarını, kültürel yapılarını ve çevreleri ile iletişimlerini doğrudan veya dolaylı şekilde etkilemiştir (Özmen, Akuzum, Sunkur ve Baysal, 2011'dan akt., Otrar ve Argın, 2014). Süregelen değişimler var olan yeni ihtiyaçlara ilişkin iletişimin daha rahat hızlı şekilde sağlanabilmesi amaçlanarak yeni dönemde web 2.0 teknolojisi kullanıma sunuldu(Warschauer, 2009'dan akt., Karal ve Kokoc, 2010'dan akt., Otrar ve Argın, 2014). Bilgiye ulaşmak için var olan yazılı kaynak ve kitaplara ulaşmanın daha yüksek maliyet, fazla zaman gerektirdiği ve çoğu kitabın yeni baskılarına ulaşmanın zorluğu düşünüldüğünde özellikle internetin kişilere bilgi kaynaklarına ulaşmasında büyük fırsat olduğundan fazlasıyla söz edilmelidir

Web 1.0 internetin kullanılmaya başlandığı dönemin başlangıcıdır. İlk dönemde bilgiye erişmek ve bilgiden yararlanmak amacıyla web 1.0

kullanılmaktaydı. İnternetin kullanıma açıldığı ilk dönemde erişilen bilgileri yalnızca okumak mümkündü. Kişilerin bu bilgileri okuması dışında aktif rol oynayacağı düşünülmemişti. Fakat internet kullanıcılarına erişim sağladıkları ağlardan içeriklere müdahale etme yorum yapma yeni içerikler ekleme gibi imkanlar tanınmıyordu. Zamanla içerikler yetersiz ve eksik kalmasıyla beraber kişiler içeriklerde değişiklik yapma yeni içerikler ekleme ihtiyacı duydu. Ve yeni teknolojiler ihtiyaçlar doğrultusunda web 2.0' ı tasarladı. Web 2.0. World Wide Web (www)'in ilk kuşağından daha kapsamlı özelliktedir. Beyin fırtınasıyla ortaya çıkan konferans içinde geliştirilmiş bir fikirden yola çıkarak Tim O'Reilly aracılığıyla 2004'te kullanılmaya başlanmıştır (Horzum, 2010). Web 1.0 ' ın aksine kişilerin katılımını önemseyen ve çeşitli uygulamalar içeren özelliklere sahiptir. Çeşitli uygulamaların yapılmasına imkan sunmaktadır. Fakat web 2,0'ın içeriklerinden yararlanabilmek için sosyal araçlara ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Anderson (2007) bu araçları kullanıcılar tarafından tasarlanan içerikler, bireyse ürünler, grupların etkileşimi, açık kaynak kodluluk, grup çalışmalarının avantajlarını kullanma gibi fikir alışverişleri ile bütünleştirildiğini ifade etmektedir (Horzum, 2010). Web 2.0 ın kullanılmaya başlaması ve sosyal ağların gittikçe yaygınlaşmasının bir sebebi de kullanıcılara aktif rol oynamaları için fırsat sunulması ile başlamıştır. Böylelikle internet ve sosyal ağ kullanıcıları bilgiyi yorumlama çevresi ile paylaşmaya başlamıştır. Kişiler internet ve sosyal ağları kullanarak internet ve sosyal ağlardaki içeriklerin tasarım ve düzenleme sürecinin içine aktif olarak dahil edildi.

Web 1.0 Web 2.0 araçlarının kullanım alanları, birbirinden farklı özelliktedir. Web 1.0 bilgi bakımından yeterli kişilerin sitelere bilgi eklemesini içerir. Bu bilgi kullanıcılara açıktır fakat hareket bulunmamaktadır. Wikipedia ve Youtube web sitelerinin ilkidir. Web 1.0'ın ilk tasarım aşamasında tararım ve kullanım açısından yetersiz web sayfaları mevcuttu. Web 2.0' ın kullanıma açılmasıyla beraber Instagram, Facebook, Pintrest, Twitter gibi kullanılabilirlik, gelişmiş tasarım açısından başarılı sosyal ağlar ortaya çıkmıştır. Web 2.0 da kullanıcılarda geribildirim, çeşitli içerikleri ekleme, açıklama yapma gibi özellikleri içermektedir Web okuryazarı özelliğine sahip topluluklar oluşturmaktadır. Böylece bilgi

paylaşımı, geribildirim bireylerin kendi aralarında bilgi alışverişine imkan tanır (Horzum, 2010).

Sosyal medya, yaşamımızın her alanında önemli yer tutmaya başlayan medyadan daha fazla varlık göstermeye başlamış yaşamımızı kolaylaştırmış yeni kullanıcılara yeni fırsatlar sunmuştur. Günümüzde yaşam alanı olarak sosyal medya üzerinden internette zaman geçirme süreleri hızla artmaktadır. Özellikle internet ve sosyal medyayı hangi amaçlar için kullandıkları ve kendilerine sunulan imkanların ne kadarını farkında oldukları düşünülmektedir. İnternet ve sosyal medya geleneksel medyanın dışında bize yeni bilgi içerikleri sunulmaktadır. Bu bilgiler içinde gerekli bilgiye erişimin sağlanması kişilerin internet ve sosyal medya kullanım alanlarına göre şekillenmektedir.

Öğrenciler aileleri ve öğretmenleri ile işbirliği içerisinde sosyal medyanın sunduğu olanaklardan yararlanılabilir hatta öğrenciler kendi içeriklerini oluşturabilir çevresindeki kişilerle bu içerikleri paylaşabilirler. Fakat kendi içeriklerini hazırlayan kişilerin yanında gerçek kimliğini gizleyerek kendi kimliğinin dışında kişilerin hayal dünyalarıyla bağlantılı olarak sosyal medyada hazırladıkları kimlikleri yaşamları ilgi alanları ile birlikte kendi kimliklerini gizledikleri de görülmektedir (Özkan, 2013 ve Baltacı ve diğ., 2012). Özellikle gençler kendi olmak istedikleri kimliğin gerçek kimliklerini gölgelemesi ve kimliklerini gizlemeleri yaşamlarının diğer alanlarında telafisi güç sorunları ortaya çıkmasına zemin hazırlayacaktır. Gençler içinde bulundukları koşullardan daha çok hayal güçlerinin etkisi atında kalarak paylaşımlar yapmakta var olan dünyayı sanal bir ortam gibi algılamaya başlamaktadırlar (Bat, 2012, Bat ve Vural, 2010).

Sanal ve gerçek dünyayı birbirine karıştıran öğrenciler bazı durumlarda sanal dünyayı, bazı durumlarda gerçek dünyaya daha fazla ağırlık vermektedir. Öğrencilerin farklı tercihlerinin sebebi kendilerine hangi ortama o an ihtiyaç duyduklarına göre şekillenmektedir. Bunun sebebi sosyal ağların bazen sorunlara çözüm getirebilmeye yardımcı olmasına bağlanmaktadır (Christakis ve Fowler, 2012). Özellikle diğer dönemlerden daha çalkantılı geçen ergenlik döneminde bulunan lise öğrencileri bu dönemin sorunları ile baş edebilmek kendi kimliklerini

daha rahat ortaya koymak özgürce kendilerini ifade edebilmek için sosyal medyadan yararlandıkları görülmektedir.

Sosyal medya platformları, kişilerin etkinlik yapmalarında iletişim kurmalarında bilgi alışverişi için kullandıkları yazılımdır. Kişilerin ihtiyaçları, eğitim durumları, alışkanlıkları, ilgi alanları, yaşadıkları çevrele internet ve sosyal ağları kullanımlarını şekillendirir. İnternet ve sosyal medya boş zaman geçirilen ilgi alanlarına, bilgiye ulaşma ihtiyaçlarına, çevresi ile olan iletişimine göre kişinin kendi isteği doğrultusunda kullanabileceği bir platform olarak düzenlenmiştir. Bu platform bireylere özgürlük tanınmasının yanında içerikleri düzenleme gelecek olan iletileri kısıtlama ve engelleme gibi düzenlemelere de fırsat sunar. Geniş olanaklara sahip olan internet ve sosyal ağlar multimedya içerikler çeşitli galerilerdeki fırsatlardan yararlanılabilir ayrıca bu ortamlardan satış ve paylaşım imkanı da vardır. Bu ortamlarda kullanılan servisler, İnteraktif ve çok kanallı erişim (SMS, Wap, Web, MMS, IM ve Cep uygulamaları) sayesinde uluslararası sosyal medya ağları ile bağlantı kurulabilir (<http://tr.wikipedia.org>, 2013). İnsanlar ağ bağlantıları aracılığı ile çevreleri ile haberleşmekte, yaşamlarında sosyal destek sağlayabilmektedir.

Günümüz Sosyal medya alanında en yaygın kullanım bulmuş olan Facebook ilk olarak 2004 yılında Harvard Üniversitesinde eğitim alan öğrenciler tarafından kurulmuştur. Diğer üniversitelerde de kullanılmaya başlanmış hızlı bir şekilde herkesin yararlanabileceği sosyal medya alanı olmuştur (Zuckerberg ve diğ., 2013). İnternet ve sosyal medyanın gelişimleri ve kişilerin bu ortamları kullanım durumları ilgi ve ihtiyaçları doğrultusunda flickr, digg gibi birçok platform yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. 2006 yılında kullanıcılara sunulan Youtube'da sosyal medyanın videolardan da yararlanmasına fırsat sunarak, geniş içerik ağıyla ve görsel öğelerle bu alana canlılık katmıştır. Daha sonra Google'dan satın alınan web sitesi, kapsamı daha da geliştirilerek ilk zamanlarından beri dünyanın en yaygın olarak kullanılan video izlemeye elverişli ortamı olmuştur. Kısa süre sonra sosyal medyada yepyeni bir ortam olarak Twitter aktif kullanıcı kitlesine sahip ortam olarak karşımıza çıkmıştır. Daha sonra yeni ihtiyaç ve kullanıcılara farklı bir ortam tasarımı olarak 2010 yılındaInstagram kullanılmaya başlanmış özellikle resimlerin

paylaşıldığı fotoğrafların yüklendiği bu ortam kullanıma sunulmuştur. Günümüzde artan kullanıcı kitlesi her gün milyonlarca fotoğrafı buradan paylaşma imkanı bulmaktadır. Daha sonra Pinterest, 2011 yılında kullanılmaya başlanmıştır. 2013 yılında Vine 7 saniye süren videolar sayesinde sosyal medya ortamında kullanılmaya başlanmıştır.

Öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanımına yönelik algı ve tutumları öğrencilerin teknoloji entegrasyonunu etkileyen faktörler iki başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; öğrencilerin algı, tutum ve inançlarını belirten içsel faktörler ile teknolojiyle ilgili aldıkları eğitimler ve var olan bilgi eksiklerini içeren dışsal faktörlerdir. Bu bağlamda öğrencilerin hem teknolojiye ilişkin algı, tutum ve inançlarının hem de mesleki gelişim etkinlikleriyle sağlanabilecek eğitimlerin öğretmenlerin teknoloji kullanımında etkileri bulunmaktadır (Çağıltay ve Çakıroğlu,2001).

Diğer ülkelerde internet ve sosyal medya kullanımı, Avrupa’da yapılan çalışmalarda çocukların internet ve mobil iletişim teknolojilerini kullanımlarına yönelik araştırmaların sayısı ülkelere göre farklılık göstermektedir. 33 ülkeyi çalışmasına dahil eden rapora göre özellikle Türkiye, Almanya ve İngiltere çocukların interneti kullanımlarının en fazla araştırıldığı ülkelerdir. Bu alanda yapılan araştırmaların sayısının artış göstermesine rağmen birçok konuda henüz yeterli derecede araştırma bulunmadığı vurgulanmaktadır. Yeterli olmayan konuların en başında, çok küçük yaştaki çocukların internet ve mobil teknolojilerinden ne şekilde yararlandıkları, bu teknolojileri çocukların çevrimiçi uygulamalarda nasıl kullandıkları, çocukların çevrimiçi kullanımlarında tehlikelerle karşılaşma ihtimallerine karşı nasıl tepki gösterdikleri ile güvenli internet kullanımında öğretmenlerin arkadaşlarının ve velinin görevleri bulunmaktadır (Baştürk ve diğ., 2015).

Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu’na göre (2011) “9-16 yaş arasındaki çocukların %47’si sosyal paylaşım sitelerindeki kişisel bilgilerin gizliliğini korumaya yönelik kuralları bilmemektedir.

Çocukların %16'sı ise bu kuralları okuyup anlamadığını belirtmektedir. Sadece %37'lik bir kesim kuralları okuyup anladığını belirtmiştir. Bu çocukların okuryazarlık için belirtilen 8 becerinin içinde yer alan sosyal medyada güvenlik ayarlarını değiştirmeyeyle ilgili kriterleri bilmediğini söylemek mümkündür. Çocukların %16'sı internetten edindiği bilgilerin sosyal paylaşım sitelerinde paylaşılmasının güvenli olup olmadığı konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığını açıklamıştır.” Türkiye’de, 9-16 yaş arasındaki çocukların internet ve sosyal ağları kullanım yüzdeleri Avrupa’da aynı yaşta olan çocukların internet kullanım yüzdelerine göre daha düşüktür. Çocukların çevrimiçi yeteneklere sahip olma oranı Avrupa’da 4.2 iken Türkiye’de 2.6 olması Türkiye’de çocukların bu yeteneklere sahip olmaları için bir onlara rehberlik edilmesinin gerekli olduğu düşündürmektedir. İnternetten güvenli şekilde yararlanmanın belirli oranda bilgi, alışkanlık ve süreç gerektirdiği ve çocuğun bir disiplin içerisinde de olduğu düşünülürse bu sürecin sağlıklı şekilde devam etmesi için eğitime çocuklar dışında öğretmenlerin, yöneticilerin ve ailelerin de dahil edilmesi gerekmektedir (Mert ve diğ., 2012).

İnternet ve sosyal medyanın günlük hayatta önemli yer tuttuğunu söyleyebiliriz. Özellikle kullanıcılarının kendilerin rahat ifade edebilecekleri çeşitli kültürlerle alışveriş yapabilecekleri çeşitli ifadelerden de yararlanarak kendi duygularını ifade edebilmektedir. Kendini rahat ifade edebilme biçimi sosyal medyayı yaşamın her alanında kullanılabilir bir site olma özelliği kazandırmıştır. Yaşamın her alanında sosyal medyayı en çok kullananları da gençler oluşturmaktadır. Sosyal medyanın hızla yaygınlaşmasının bir sebebi de iletişim kurmaya imkan sunmasıdır. İnternet ve sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşması birbirine paralel bir artış göstermektedir. Gelecek dönemde internet ve sosyal ağların iletişimde daha da yaygınlaşması beklenmektedir.

1.2. Amaç

Bu çalışmanın amacı, İnternet ve sosyal medyaya yönelik algı ve tutumları konusunda çalışmalarının yeterli olmamasından hareketle, öğrencilerin internet ve sosyal medyayı kullanımı ve bu konuda öğrencilerin algı ve tutumları değerlendirerek genel bir perspektif ortaya koymaktır. Ülkemizde internet ve sosyal

medya ağlarının kullanımına yönelik algı ve tutumların incelenmesi ve internet ve sosyal medyanın iletişim aracı olarak kullanılmasından hareketle internet ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkileri ortaya koymayı amaçlamıştır. Özellikle ortaöğretim kademesindeki öğrencilerin eğitim amaçlı internet ve sosyal medya kullanımının ne durumda olduğuna yanıt aramaktır. Belirlenen bağımsız değişken olarak internet ve sosyal medyaya yönelik olumlu ve olumsuz algı ve tutumları hakkındaki görüşlerinin durumu incelenmiştir.

Çalışmada Amasya ili ortaöğretim kademesindeki öğrencilerin İnternet ve sosyal medyayı kullanımına yönelik algı ve tutumları hakkındaki görüşlerinin durumu incelenmiştir. İnternet ve sosyal medyanın önemi hem yerel hem uluslar arası olmasından kaynaklanır. Aynı ülkede aynı şehirde aynı okulda olmalarına rağmen birbiri ile fazla iletişimi olmayan öğrencilerin dahi bir ağ üzerinden iletişim kurmalarına bilgi etkileşiminde bulunmalarına belli etkinliklerde bulunmalarına teşvik etmektedir. İnternet ve sosyal medyanın bu denli etkili olduğu 21. yy'ın dijital dünyasını ortaöğretim öğrencileri nasıl tanımlamaktadır. Bu oluşuma yönelik algı ve tutumları nedir. İnternet ve sosyal medya günlük yaşantı açısından ne tür avantaj ve dezavantajlara sahiptir. İnternet ve sosyal medya ortaöğretim öğrencilerini ve gibi sıkıntı ve tehlikelerle karşı karşıya getirmiştir. Araştırma konusu “ Amasya ili ortaöğretim kademesindeki öğrencilerin internet ve sosyal medyayı kullanımına yönelik algı ve tutumları nedir?” şeklinde belirtilen araştırmanın problem cümlesi için aşağıda sıralanan alt problemlere yanıt aranmıştır:

Bu çalışmada, Ortaöğretimde eğitim-öğretim gören öğrencilerin çeşitli değişkenler açısından internet ve sosyal medyaya yönelik algı ve tutumları arasında farklılık var mıdır? Sorusuna yanıt aranacaktır. Bu çalışma kapsamında aşağıdaki alt problemler araştırılacaktır. Ortaöğretim öğrencilerinin internet ve sosyal ağları hangi ihtiyaçlarını karşılamak için kullandıklarına da yanıt aranacaktır.

1. Ortaöğretim öğrencileri en çok hangi sosyal ağ sitelerini kullanmaktadır?
2. Ortaöğretim öğrencileri sosyal medya ortamlarını hangi sıklıkla kullanmaktadır?

3. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanma nedenleri nelerdir?
4. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumları nelerdir?

Bu çalışmada sorular cevaplanmaya çalışılırken bilimsel yöntemlerle yanıt aranmıştır. Bu soruların yanıtları aranırken önemli ölçüde niceliksel yöntemler kullanılarak araştırmanın çerçevesini belirlemeye sınırlandırmalar yapılmaya ve araştırmanın yönünün çizilmesi için varsayımlara dayandırılarak öngörülerde bulunulmuştur.

1.3. Önem

Çevrimiçi bir platformun etkili olması için toplumun ihtiyaçlarına yönelik olması ve birçok ihtiyaca aynı anda cevap vermesi gerekmektedir. İnternet ve sosyal medyanın önemi de yaşamla iç içe olması ve kullanıcılarını iyi tanıyıp onların ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde düzenlenmesine de bağlıdır. Öncelikle gençlerin günlük yaşantılarında internet ve sosyal medyanın yerinin ne olduğunu belirleyebilmek internet ve sosyal medyayı kullanım amaçlarını sıralayabilmek, internet ve sosyal medya konusundaki algı ve tutumlarını gözden geçirmek gelecek nesillerin ihtiyaç yaşam şekilleri bilgi dağarcıkları eğitim durumları gibi birçok alana yönelik öngörüye sahip olmaya yardımcı olur. İnternet ve sosyal medyanın günlük yaşantıda kullanılış biçimi gelecekteki yaşam tarzımızda da belirleyici bir etkisi olacağı düşünülebilir.

Yapılan bu çalışma ile

1. İnternet ve sosyal medyanın günlük yaşamdaki yerinin, kullanıcıların internet ve sosyal medyayı nasıl ve ne zaman kullandıklarının araştırılması ve analiz edilmesinin önemli ve gerekli olduğu,
2. İnternet ve sosyal medya ile çevrimiçi bağlantı kurarak zamanı daha iyi değerlendirme imkanına sahip olacakları,
3. Öğrenciler her an her ortamda kendi çalışmalarını paylaşabilecekleri,
4. Grupla yapılan projelerde birbirleri ile kolay iletişim kurabilecekleri,
5. Çevrelerindeki kişilerle bilgi alışverişi içinde olacakları,

6. İnternet ve sosyal medya ile gruplarla yapılan birçok etkinliğe dahil edilebilecekleri,
7. Öğrenciler kendilerine ait bloklarda tasarladığı çalışmalarını yayımlayabilecekleri böylece çevrelerindeki arkadaşlarına rehber olabilecekleri onları da benzer çalışmalara teşvik edebilirleri,
8. Öğretmen ve öğrenciler çalışmalarda her an iletişim halinde oldukları için çalışma sürecinde iletişim kopukluğun giderilmiş olacağı,
9. Sosyal ağlar aracılığı ile öğrenciler akranları ile uygulamalar yapabilecekleri şekilde düzenlendiği,
10. İnternet ve sosyal ağlar öğrencilerin çevresindeki kişilere empati kurabilmesine kendini de onlara ifade edebilmesine olanak sunmakta olduğu,
11. İnternet ve sosyal ağlar öğrencilerin her an keşfetme duygusuna yanıt vermelerine birçok konu alanında bilgi sahibi olmalarına olanak tanıdığı,
12. Öğrencilerin bilgi dağarcıklarını geliştirmelerine yardım edeceği,
13. Teknolojik gelişmelere ayak uydurmalarına yeniliklere adapte olmalarına yardım edecek niteliklere sahip olduğu düşünülmektedir.

1.4. Varsayımlar

1. Öğrencilerin ölçekteki soruları cevaplarken içtenlikle ve samimi bir şekilde cevap verdikleri varsayılmıştır.
2. Gerçek görüş düşünce ve fikirlerine göre yanıt verdikleri kabul edilmiştir.
3. Uygulamaya katılan ortaöğretim öğrencilerinin internet ve sosyal medya alanında ölçeği yanıtlayacak yeterliliğe sahip oldukları kabul edilmiştir. Bu konuda ilgili okullardaki rehber öğretmenlerden fikir alınmıştır.
4. Öğrencilere ölçek konusunda ön bilgilendirme yapılmamış öğrencilerin doğru bilgiler verdikleri varsayılmıştır.

1.5. Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu çalışmada Amasya il merkezinde bulunan İl Milli Eğitim Müdürlüğü il bünyesinde bulunan “Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumları” ölçmek amacıyla ortaöğretim kademesindeki öğrenciler

incelenmiştir. Çalışmaya konusu “İnternet ve sosyal medyaya yönelik algı ve tutumları” olduğundan çalışma kapsamında ortaöğretim öğrencileriyle sınırlı tutulmuştur. Ortaöğretim kademesinin ele alınış nedeni bu kademedeki öğrencilerin internet ve sosyal medyayı yoğun olarak kullanmalarına ve internet ve sosyal medyadan birçok alanda yararlanmamalarıdır. Gelecekte yapılan uygulamaların çoğuna özellikle internet ve sosyal medyanın birçok alana ışık tutacağı düşünülmektedir.

1. Çalışma grubunu Amasya’da bulunan teknolojiyi kullanan Amasya’daki okullarından
2. Araştırmadaki veriler 2017-2018 eğitim-öğretim yılında toplanmıştır.
3. Araştırma 2017-2018 Güz ve Bahar dönemi olarak sınırlandırılmıştır.

1.6. Tanımlar

Animasyon: Çeşitli yazılım uygulamalarından bilgisayar teknolojilerinden yararlanarak resimlere, şekillere, yazılara, hareket kazandırmadır.

Ara yüz: Bilgisayarda kullanılan komutların ve çıktıların yerine yeni pencerelerin, panellerin, simgelerin ve butonların belirtilmesi amacı ile kullanılan yazılımdır.

Bilgi Teknolojisi: Elde edilen bilgilerin ulaştırılması istenen yerlere iletilmesi karşı taraftan da cevap verilmesine imkan sunan teknolojidir.

Çoklu Ortam: Birçok dijital aracın birlikte kullanılmasıdır. Animasyonlar, resimler, videolar, ses efektleri kullanılır.

Dijital Medya: Videoların, fotoğrafların, ses efektlerinin, animasyonların bir araya getirecek şekilde kodlanmasıdır.

Donanım: Bilgisayarın çevre birimleri, elektronik mekanik parçalarıdır.

Etkileşimli Ortam: Karşılıklı iletişim yolu ile gerçekleştirilen kişilerin iletişim kurdukları ortamdır.

Görsel Stil: İnternette yayınlanan sayfaların görsel tasarım biçimidir.

Görsel Tasarım: Tasarımların içeriği tasarım öğelerinden(renkler, şekiller, tasarım alanı, tasarım boyutu) ve tasarım ilkelerinden (bütünlük, denge, vurgu, hizalama, yakınlık) uyumlu biçimde yararlanarak kullanıcılara web sayfalarının sunumudur.

Teknoloji: Gerçekleşmesi güç olan işleri daha kolay gerçekleştirmek için yararlanılan tekniklerdir.

Yazılım: Bilgisayarda donanım birimleri arasındaki işleyişi düzenleyen ağ sistemini oluşturan programlardır.

BÖLÜM II

KURAMSAL TEMELLER ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Kuramsal Temeller

Bu bölümde, araştırma ile ilgili kuramsal temeller ve ilgili araştırmalar yer almaktadır.

2.1.1. Teknoloji

Bilimin etkisiyle hazırlanan uygulamaların insanların yaratıcılık ve zekasının bir araya getirdiği bilgi alt yapısının uygulanma biçimidir. Teknolojide asıl amaç doğadan üstün olmak ve insanın kendi başına üstesinden gelemeyeceği problemlere çözüm üretmek için yararlanılan araç gereç yöntemlerdir.

Toplumda gelişim teknolojiden etkin şekilde faydalanma ve en yeni teknolojiyi eğitim materyallerine dönüştürme ile ölçülebilir. Öğretim öğrenme ve öğretmenin gerçekleştirildiği süreçte eğitim verilen okullarda belirli plan program ve disiplin çerçevesinde hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik düzenlemedir. Öğrenme öğretme etkinliklerinde teknoloji kullanımı bilgi kaynak paylaşımı bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve ağ bağlantısının kurulması ile hızlanmıştır.

2.1.2. İletişim

İletişim genel anlamıyla karşısındakine iletme anlamını taşır. Bu iletme işi duygu düşünce fikir bilgi ve haberi ulaştırma yoluyla sağlanır. Yani iletişim düşüncenin, duygunun, bilginin çevredeki kişilerle alışveriş yapabilme yöntemidir. İnsanlar toplum içinde yaşayabilen varlıklardır. İnsanlar çevreleri ile sürekli bir iletişim içinde bulunmaktadır.

İletişim kişiler arasındaki mesaj iletimini, alımını, gönderimini içeren iletişim süreçlerini toplumsallaştırmayı ele alır. İletişim kişilerin aralarındaki bağlantı

sürecini toplumsal düzeyde anlamlandırmayı ifade etmektedir. Gönderici alınan mesajı hangi şartlarda kodladığını ve bu kodları nasıl anlamlandırdığını ve hangi amaç için mesajlardan ne şekilde yararlandığı kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasal alanda nasıl kullandığı üzerinde durur. İletişimi basit bir simge ile ifade etmek mümkün değildir. İletişim mesaj gönderdiği hedef kitlenin, topluluğun, kişinin davranışlarının amaç doğrultusunda farklı yönlerde etkisine alabilecek güçtedir. Özellikle sosyal medyanın bu konuda etkin şekilde kullanılan iletişim aracıdır. Beklentileri, hedefleri, ihtiyaçları farklılık gösteren kitleler oldukça farklı toplumsal ve kültürel ilişki içinde olabilir. Gönderilen mesajları kişilerin kullanma yorumlama şekil ve süreçleri aynı değildir. Kaynak klasik yaklaşım içerisinde iletişim kuramına göre hedef kitlenin ihtiyaçlarını beklentilerini kendine göre şekillendirmesi istenen şekilde kaynak hedefe yönlendirmesi güçtür. İletişim kesin ve net bir işleyiş yapısına sahip olmayıp karmaşık bir etkileşimi kapsamaktadır. Kitle iletişim kuramları iletişimi “kabul ettirme” ve “kendine göre yönlendirme” amacı ile nasıl şekillendireceğinin üzerinde durur. İletişim hem kitlesel hem de kişiler arasında gerçekleşir. İletişimin kullanım biçimi iletişim türünü belirler (İnceoğlu, 2011).

Kişiler toplumun parçası olan varlıklardır. Kişiler iletişimde yazı söz görüntü ve konuşmayı kullanırlar. Söz zihinden bağımsız değildir. Sözler kişiler arasında gerçekleşirse konuşma halini alır. Söz yazı ve gerçeğin ifade edilmesinde birer öğedir. Yazı sözün temel uzantısıdır. Yazı sözün iletişim aracı olarak kullanılmış türevidir. Yazı sözcüklerin sembollerle ifade edilidir. Yazı sözlerin somut halini almış görselleştirilmiş zaman içinde kalıcılığını korumuş biçimidir.

Görüntü ise sözcük ve yazıdan daha farklı niteliklere sahiptir. Zihinde çağrışımı, ifade ediş biçimi daha farklı duygu ve düşünceyi anlatmak amacı ile kullanılır. İlkel dönemlerden beri kullanılmakta geçmişi yazıdan öncelere dayanmaktadır. Resim minyatür ve ikonlarda görüntüden yararlanılmıştır. Özellikle Rönesans döneminde yazı ve sözden daha fazla kullanılmış ve daha fazla şey ifade edilmiştir. Görüntünün her şeyi tüm özellikleri ve canlılığı ile yansıtması güçtür. Fakat bir konuyu canlandırarak göz önüne getirme ayrıntılı şekilde gösterme özelliğine sahiptir. Resim gerçeğin görüntülü yorumu özeti ve tasviridir. Özellikle

çocuklar gerçekte görüntünü ayırımını tam olarak yapamadığı bunlar arasındaki temel farkları kavramakta güçlük çektikleri dönemlerde internet ve sosyal medyadaki fotoğrafları, videoları, resimleri gerçek zannedebilir. Gerçekle ayırt edemediği bu nesnelere gerçekmiş gibi algılayarak tepkiler verebilir. Gerçekle görüntünün ayırt edilememesi gerçeklik algısının yeterli derecede gelişmediği toplumlarda özellikle internet ve sosyal medyadaki görüntülere doğru tepkiler verilmeyebilir. Kitle iletişim araçları kullanılarak yayılan görüntülerin öncelikle gerçekliğini araştırmak tartışmak ve sorgulamak gerekir. Kişi gördüğünü okuduğunu ve duyduğunu zihninde sorgulayarak anlamalı ve uygun şekilde sınaıa çabası içinde olmalıdır. Görüntüler gerçekliğin izini taşıması gereklidir. Görüntünün gerçeklikle yarışır hale gelmesi iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin uğradığı en ciddi düzenlemedir. Gerçekliğin aktarılma çabası, söz ve yazı ile anlatılanların gerçekliğe ortak olma amacı gütmemesi sebebiyle gerçeklik, görüntüden daha güvenli araç olma özelliğine sahiptir. Görüntü kişileri yanıltmada daha güçlü görünür oysaki gerçeğin biçimsel yaklaşımla görünürlüğüne sahip olması gerekir.

Hızlı yol alan iletişim araçları görüntüden daha fazla yararlanmaya başladı. Sözlü iletişim kurmanın dışında farklı süreçlerde internet ve sosyal medyadan yararlanılır. Teknolojik ilerlemelerle birlikte değişen iletişim ortamı her yeni iletişim aracı ile beraber farklı özelliklerle toplumun tamamına her kesime hitap edebilme amacı ile farklı yapılarda kitle iletişim sistemleri oluşturuldu. Bireyler bu iletişim sistemlerini kendilerine göre algılamaya başladılar.

2.1.2.1. Medya

Geleneksel medya geçmiş dönemlerde gündemi önemli ölçüde şekillendirmiş toplumları da kendi doğrultusunda yönlendirmeye çaba harcamıştır. Yetişkinler gençler özellikle çocuklar kitle iletişim araçlarından doğrudan etkilenmektedir. Kitle iletişim araçları ile verilmek istenen bırakacağı olumlu ya da olumsuz etki birbirinden iyi ayırt edilmelidir. Var olan olumsuz etkileri en aza indirilmeli bu konuda özellikle yetişkinler sorumluluk üstlenmelidir. Geleneksel medyanın yanında sosyal medyanın da kullanıcılara sunulması geleneksel medyadan biçimsel olarak çok farklı bir medya ortamının geniş içeriklerin sunulması kullanıcıların

alışkanlıklarını ve gündemi değişime uğratmıştır. Facebook'un geniş yelpazesi ile hemen hemen her konuda yeni açılımlar yaparak kullanıcıların dikkatini çekmiştir. Bununla beraber Youtube erişilebilir videolarla, Twitter dünyada olup biten güncel gelişmelerle bloglar güncel makale ve köşe yazıları ile geleneksel medyadan daha hızlı ve daha çok bilgiye erişim imkanı sunmuştur.

Toplumsal özellikleriyle köklü değişime neden olan iletişim teknolojileri yeni teknolojiler sayesinde etkileşim kapasitesini de arttırmıştır. Ayrıca etkileşim kişilere medya içeriklerine müdahalede bulunma, katkı sunma imkanı da tanımıştır. Fakat bu durum kaynak ve alıcının bulanıklaşmasına neden olmuştur (Göksu, 2016). İnternet ve sosyal medya kişilerin yaşantısında öyle bir yer bulmuştur ki kişiler kullanımı günlük olarak yaptıkları işlerinin için internet ve sosyal medyada zaman geçirmeyi de rutin hale getirmişlerdir (Binark, 2009).

Tablo 1.1:

Yeni Medya ile geleneksel medya arasındaki farklılıklar

	Geleneksel Medya	Yeni Medya
Kanal	Az Sayıda	Çok Sayıda
Kontrol	Gönderen	Alıcı
İletim	Tek Yönlü	İki Yönlü, Etkileşimli
İçerik	Sınırlı	Çeşitlendirilmiş
Kapsama Alanı	Bölgesel, Küresel	Küresel
Toplumsal Kontrol	Kanunlar, Meslek ve Ahlak İlkeleri	Teknik aygıtlar
Zaman	Senkron	Asenkron
Yapısı	Merkeziyetçi	Merkeziyetçi Olmayan

Kaynak: Aktaş, 2007

Rogers yeni medya araçlarının eskilerinden farklı olarak üç temel özelliğine dikkat çekmiştir. Bunlar eş zamansız olabilme, iletişim sürecinde etkileşim ve kitlesizleştirmedir (Göksu, 2016).

Etkileşim: İletişim teknolojilerinin ve medyanın vazgeçilmez unsurudur. İletiyi gönderen ve alan kişi karşılıklı olarak sürecin içinde yer almalarına etkileşim adı verilmiştir.

Kitlesizleştirme: Her birey grup içinde ve dışında grubun bir parçası olma özelliği taşır. Ayrıca her bireyin tek tek mesaj gönderebilmesine fırsat sunacak kadar gruptan bağımsız olduğunun altı çizilir.

Eş Zamanlı Olabilme (Asenkronizasyon) : Günün her saatinde iletişimin mümkün olduğu vurgulanır. Bireyler istedikleri saatte mesaj gönderebilir ve mesaja ulaşabilir. Bu durum iletişimin eş zamanlı olma zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır.

Lister ise medyanın özelliklerini sanallık, dağılma, yayılma, etkileşimlilik, sayısallık, dijitallik olarak sıralar.

Sayısallık / Dijitallik: İnternet ve sosyal medya verileri ikili sayı sistemi ile 1 ve 0 ile ifade edilir. Sayısal sistemle veri işlenmesi erişimi hızlandırmıştır.

Etkileşimlilik: Etkileşim iletişim sürecinde kullanıcıların iletinin içeriğini yeniden düzenlenmesine imkan verir.

Yayılma ve Dağılma: İnternet ve sosyal ağların kullanımı ile beraber medya sisteminin yapısı kökten değişime uğramıştır. İnternet ve sosyal medya ile iletişim sürecinde mesajlar tek biçimli ve eş zamanlı olarak kullanılmamaktadır. Herkesin tüketici ve üretici olduğu bir ortamda iletinin dağıtımı ve yayılma şekli yeni iletişim modelini ortaya çıkarmış medya kişisel ve günlük yaşamda daha fazla kullanılır hale gelmiştir (Göksu, 2016).

Medya sözcüğü iletişimin araçsal özelliklerine vurgu yapar. Kitle iletişim araçları olarak adlandırılan radyo, televizyon, gazete, dergi, gibi araçları ifade eder.

Teknolojinin medya ile iletişim içinde olması yeni iletişim ortamlarının kullanılmasına ve hızla yaygınlaşmasına olanak sunmuştur (Özutku, ve diğ., 2014).

Medya sözcüğü iletişimde etkisiyle verici, alıcı, kaynak, hedef, arasındaki iletinin, varlığını meydana getirdi. İletişimden çeşitli koşullara uygun olarak resim görüntü sembol olarak yararlanılabilir. İletişim yazı görüntü sembol gibi araçlarla bilginin yeniden sunumuna ortam hazırlamıştır. Bu araçlar gerektiğinde sözcüklerin konuşmaların yerini tutan iletişim araçlarıdır. İletişimin medyatik özelliğe sahip olmasının basit ve karmaşık süreç içinde birçok teori ile ifade edilmesinin merkezinde birkaç öge vardır. Bunlar kaynak mesaj hedeftir. İletişimin gerçekleşmesi kaynaktaki alıcı ile arasındaki bağlantının kurulup kurulmadığına dayalıdır. Hedeflenen iletinin ulaştırılması gereken yere anlamlı şekilde kodlanmışsa ve karşı taraf mesajı doğru şekilde algılamışsa ve diğer kişide bir kanal aracılığıyla yanıt vermişse iletişim faaliyetinin gerçekleştiği söylenebilir. Yanıt verilmediği durumlarda iletişimden söz edilemez. İletişim ancak çift yönlü gerçekleştirilebilir. Bunun yanında iletişim ancak amacına uygun olarak çift veya çok yönlü iletişime dönüştürülebilir. Sosyal medya bu iletişimin çift yönlü ve çok yönlü gerçekleştirilebildiği medya ortamıdır (Özutku ve diğ., 2014).

Klasik medya araçları olarak adlandırılan gazete, radyo, televizyonun kullanılmaya başlaması geniş kitleleri etkiledi. Teknolojik gelişmelerle birlikte televizyon radyo gibi medya araçlarının kişiler üzerinde etki gücü yüksektir. Bu etkilerin sorgulanması olumsuz etkilerin en aza indirilmesi ve ortadan kaldırma çabasını beraberinde getirdi. Bilinçli kullanım ve medya araçlarının yararlarının daha fazla vurgulanması olumsuz eleştirilerin azalması ve araçların daha doğru biçimde kullanma bilincinin yayılmasını sağladı.

İnternet ve sosyal medya ile ilgili farklı algı ve tutumların gittikçe çeşitlilik göstermesinin sebebi kişilerin bu araçları henüz yeni sayılır kullanılması zaman içinde bu araçların henüz yeni sayılır biçimde kullanılması zaman içinde bu araçlarla olan ilişkisinin de normal bir seyirde devam edeceği popülerliğinin zamanla azalacağı ve yerini yeni teknolojilere bırakacağı öngörülmektedir (Özutkuve diğ., 2014).

2.1.2.2. Algı ve Tutum

Algı bireyin kendi dünyası ve dış dünyanın karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkar. Algılar eylemlerin gerçekleşmesinden sonra meydana geldikleri için nesneleri dış görünüşlerine göre algırlar. Nesnelere yaklaşım kendi deneyimlerinden sonraki bilgilerinden kaynaklanır. İletişim sürecinde algıların nasıl oluştuğu kişileri motive eden güdülerin nasıl uyarıldığı kişilerin kendi dış dünyası algıları değerlendirmeleri birtakım yargıda bulunmaları dış dünyayı tanımaları ve bunlara göre davranış ortaya koymaları nesneler algılanmaya başlanır. Algının özünü anlamak için insan fizyolojisine göre değerlendirme yapıldığında herkesin aynı duyulara sahip olmasına rağmen Klapper'in "neden aynı mesaj farklı insanlarda farklı etkilere neden oluyor" sorusunun yanıtını bulunmaya çalışılmıştır.

Tutum kişilerin bir olayda bir nesneye karşı verdiği tepkinin davranış biçiminin tavrın eyleme dönüştürülmüş halidir. Kişiler bazı şartlarda nesnelere yönelik davranışlarını ortaya çıkarmadan önce o davranışa karşı hazırlıklı olmak için tavrını ortaya koyar. Aynı zamanda tepkilerin karşısındaki kişiye ifade edebilmek için kendini bu duruma hazırlar. Tutumlar kuralsal davranışlara dayandırılarak küçük grupları ve alt kültürel alanların oluşumunu sağlamıştır. Özellikle bu küçük grupları ve alt kültürel alanları iç dinamikleri ve kendi normları ile var olmaya devam ederler. Böylelikle kişilerin tutum ve davranışlarında yönlendirme dinamiğine sahip olurlar. Tutum birtakım davranışların gözlemlenebilir yapıda olanlarından ortaya çıkar. Bir tutuma yönelik davranış gözlemlenemiyorsa davranış ve tutumun var olup olmadığı hakkında yorum yapmak oldukça güçtür. Buna bağlı olarak tutuma gözlenebilirlik yönünden davranışsal öge olarak yer verilmelidir.

Tutum, davranış bilimleri kavramı içinde yer alır. Davranış bilimlerinin kaynağında insan davranışlarının sebeplerinin sorgulanması ele alınırsa tutum kavramının önemli yer tuttuğu görülür. Tutumu kişilerin olaylar ve durumlarla bağlantılı olarak davranış ve tavır geliştirme eğilimi olarak incelersek kişilerin davranışlarında tutumların yönlendirici olduğu göze çarpar. Kişilerin davranışları düzenlenirken onların ihtiyaçları, güdüler, kişisel özellikleri, algıları, tutumları, değerleri, inançları, içinde bulunduğu kültür, sosyal sınıf, aile ve sosyo kültürel

etkilerin tümünü esas alır. Kişiler içinde bulundukları sosyal ortamın tutum ve algıların nelere bağlantılı olduğunun tespiti bireyin yaşadığı ortamın incelenmesi ile kolaylaşacaktır. Birey her mesaja aynı tepki ve duyarlılığı göstermez. Öncelikle mesajları tarar ve ayırır. Toplumsal iletişimle yayılan simge ve modeller toplumsal beraberliği sağlayan değerleri oluşturur (İnceoğlu, 2011).

Murphy ve Newcomb'a göre tutumların oluşum ve değişimine yer vermek gerekmektedir. Tutumlar oluşurken topluluklar gruplar göz önünde tutularak kişilerin tutumlarının nasıl düzenlendiğine, tasarlandığına, değişim gösterdiğine yönelik araştırmalar yapılmıştır. Tutumlar psikolojik alanda incelendiğinde bireyin duygusal ve zihinsel yapısının kendi deneyimlerinin algı tutum ve davranışlarını nasıl biçimlendirdiğini araştırılırken tutumların davranışları oluşturucu öge olarak yer aldığından söz edilebilir. Tutum kavramının insan davranışlarında oluşturucu öge olarak yer tutmasının kaynağı iletişimdir. İletişime ilgili yapılan çalışmaların çoğunda temel sorunsal bu materyallerin kişilerin tutumlarına yönelik değişim gösterip göstermemesidir (İnceoğlu, 2011).

Alport'a göre tutum, “ bireyin bütün nesnelere karşı göstereceği tepkiler ve durumlar üzerinde yönlendirici veya etkin güç oluşturan ve deneysel bilgilerde organize olan ussal ve sinirsel bir davranışta bulunmaya hazır olma halidir. ” Kavram olarak tutum bireyin tepkilerini yönlendiren etmenler onların davranış biçimini de belirlemektedir. Ayrıca Alport tutumun oluşum ve öğrenme sürecinin birbiri ile bağlantılı olduğunu belirtmektedir (İnceoğlu, 2011).

Tutumu toplumsallaştırma süreci ile ilişkilendirilirken Kantz'e göre tutum “ bireyin çevresindeki bir simgeyi nesne ya da olayı olumlu ya da olumsuz şekilde değerlendirme eğilimidir. ” Bu açıklamada kişilerin kendi çevrelerine yönelik davranışları ve sergiledikleri tavır ön plandadır. Kişiler kendi çevreleri ile uyumlu olabilmek için toplumdaki yerlerini belirlemeleri gerekmektedir. Bireylerin toplumdaki yerlerini belirlemesi kendi görev ve sorumluluklarını toplumsal rollerini belirlemesi aynı zamanda çevrelerinde geçen olaylara durumlara ve diğer kişilerin görev ve sorumluluklarına ilişkin ayırt edebilme eğilimlerine ilişkin değerlendirmeyi daha sağlıklı şekilde gerçekleştirirler (İnceoğlu, 2011).

Lambert ise tutumu farklı açıdan değerlendirmektedir. Tutum “ bireyin insanlar gruplar sosyal konular ve daha genel olarak herhangi bir çevresel olay ile ilgili örgütlenmiş tutarlı düşünce ve tepki biçimidir.” Tutumla var olurken duygusal zihinsel davranışsal öğelerin birbiri ile iç içe olması gereklidir (İnceoğlu, 2011).

Maier ise tutumları değerlendirirken tutumların oluşumunda ön eğilimlerin etkili olduğundan bahsetmekte ve duygusal tepkilerle bağlantı kurmaktadır. Duygusal tepkiler kişilerin ilişkilerine yön vermede etkilidir. Ayrıca duygu merkezli tutumların eğitim düzeyleri ile bağlantısı vardır. Yeterli eğitim almış kendi tutumlarını şekillendirirken kişiler genelde bilgi ve akla göre hareket ederler. Kişiler kanaat ve tutumlarına göre deneyimsel bilişsel davranışsal öğelerin örgütsel yapılarını iyi analiz etmeleri gerekir. Tutumlar ilişkilendirme doğrudan deneyim başkalarından öğrenme aracılığı ile değişebilir. Bu üç öge yakından ilişkilidir (İnceoğlu, 2011).

2.1.3. İletişim Teknolojileri

Günümüzde iletişim teknolojileri, geçmişteki radyo ve televizyon yayınlarından daha kapsamlı ve kullanılabilir niteliklerle donatılmış durumdadır. İletişim teknolojileri adı altında en çok kullanılanlar; televizyon, elektronik posta, iletişim uyduları, çoklu ortamlar ve internet sistemleridir (<http://www.msxlabs.org>, 2010). Bilgisayar ve telekomünikasyon ağları aracılığıyla, dünyayı içine alan iletişim ağı oluşturmuştur. Radyo linklerinden, uydu bağlantılarından ve kablo şebekelerinden oluşan bu yapay ağ, bütüncül ve dünyayı saran bir doku gibi, bir yerden başka bir yere sürekli sesli, görüntülü ve yazılı bilgiyi aktarmaktadır. Bu bilgi ağıyla birlikte, donanım, yazılım ve bilişim endüstriyel tasarım, dilbilim alanlarında çalışan uzmanlar, daha çok miktarda enformasyonun hareket edebileceği, daha kolay kullanılabilen aygıtlar geliştirmeye yönelik araştırma içerisin delerdir (Baştan, 2000).

Bu araştırmanın en temel amacı, televizyon kadar kullanım kolaylığına sahip, ancak anında dijital dünyada iletişim kurmaya yardımcı yeni iletişim ve teknolojileri üretmektir. (Turgut, 2010). Yeni iletişim teknolojileri bu amaçla teknolojiyi kullanarak çok daha hızlı gelişim göstermiştir. Morgan Stanley'nin 2004 yılında

yaptığı bir araştırmaya göre; diğer iletişim araçları ile karşılaştırıldığında 50 milyon kullanıcıya ulaşma süresinin radyonun 38 yıl, televizyonun 13 yıl, internetin ise 5 yıl olduğu saptanmıştır (Turgut, 2010).

İletişim teknolojilerinin sürekli değişime uğraması internet ve sosyal medyanın birçok yönden araştırılması ihtiyacını doğurmuştur. İletişim teknolojileri özellikle bilgi işlem teknolojisi, telekomünikasyon gibi faktörlerle aynı çerçevede içinde olan ve etkili medya aracı olarak ta kabul edilen kullanıcılarını ağ teknolojilerinin tümünü kapsayan internet ve sosyal medyanın siyasal, sosyal, ekonomik, toplumsal sisteme köklü yenileşmelere olanak tanımış alışılmış süreç ve modellerin dışında yeni bir yapı hale gelmiştir (Törenli, 2005).

2.1.3.1. İletişim

Dünyada fiziki ortamda bir araya gelmenin zaman ve maliyet açısından iletişimde yaşattığı zorlukları kişiler internet ve sosyal ağlar ile telafi etmeye çalışmaktadırlar. Birçok sanal topluluklar iletişim gereksinimlerini internet ve sosyal medya ile yakın ve uzak çevreleri ile iletişimlerini sürdürmekte bu platform üzerinden tartışmalar, bilgi alışverişleri, fikir paylaşımı gibi birçok etkinliğini bu yolla yürütmektedir. İnternet ve sosyal medya aracılığı ile birbirinden çok farklı veya birbirine benzer özelliklere sahip kişiler kendi fikirlerini ortaya koyabilecekleri, çevrelerindeki kişilerin bilgi birikiminden yararlanabilecekleri işbirliği ve uyum içerisinde çalışabilecekleri ortama sahip olmuşlardır. Kişiler sosyal ağlardan ortak uzlaşım kurulan amaçlar çerçevesinde saygı, sevgi, güven, paylaşım içerisinde kendilerine özgün bir platforma sahip olmaktadır. Kullandıkları bu platformlarına bazı sınırlamalar getirilmesi güvenlik ve etik açısından önem arz eder.

Kişiler iletişim kurarken yazılı ve sözlü iletişimi kullanmaktadır. Yazılı veya sözlü iletişim kurma yeteneği kişilere göre farklılık göstermektedir. Bazı kişiler sözlü iletişimi kullanırken bazı kişiler daha çok yazılı iletişimi tercih etmektedir. Kişiler kendilerini ifade edebilmek için bilgisayar programlama dillerini kullanarak veri alışverişi gerçekleştirirler. İnternetteki iletişim ilk dönemlerde yazı ile gerçekleşmeye başlamıştır.

İnternet ve sosyal ağların kullanımı özellikle öğrencileri doğrudan ve önemli derecede etkilemektedir. Sosyal ağlar kullanılırken öğrencilerin iyi seçim yapabilmesi ve kişisel bilgilerini kendilerine zarar verecek kişilerce ulaşılmayacak şekilde güvence altına alması gerekmektedir.

İnternet dünyada hızla büyüyen iletişim ağının bir parçasını genel ismidir. Bilgiler DNS(Domain Name System) olarak adlandırılan internet bağlantı adresi ile bilgisayarlara gönderilir.

e-mail: Bilgisayar ağlarının kullanım alanlarından biri olan e-mail bir bilginin bir yerden başka bir yere taşınmasını kişilerin bu yolla haberleşmesini sağlayan sistemdir.

www: World Wide Web'in kısaltılmış halidir. Resimler, sesli videolar, yazılar, filmler, görseller gibi çeşitli verilerin iletilmesine olanak sunan çoklu ortam sistemidir.

2.1.4. İnternet

Dünya bilgi çağında teknolojideki hızlı gelişmeyle orantılı yeni bilgilerin sürekli güncellenmesi depolanması ve aktarılması konusunda çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Çoğu alanda tüm dünyaya bilginin yayılmasına yardımcı olan internet büyük kütüphanelerle benzerlik göstermektedir. İnternet öncelikle öğrencilerin öğrenmeye yönelik deneyimlerini çeşitlendirmek için yararlanabilecekleri araçtır (Yavuz, 2005). Eğitim, sağlık, askeri, bilim ve eğlence alanında etkili şekilde kullanılan internet (Kenanoğlu ve Kahyaoğlu, 2011) kişiler arası sosyal yaşamı ve kültürel yaşamı doğrudan etkilediği gibi kişilerarası iletişime de yepyeni bir şekil vermiştir (Özmen ve diğ., 2011). İnternete birçok anlam yüklenebilir. Örneğin kimine göre yaşamı kolalaştırırken kimine göre zaman kaybından farksızdır, bazı durumlarda ulaşılacak bilgilerin kaynağı gibi görülürken bazen de doğru veya yanlış sınırsız bilgilerin iç içe bulunduğu ortamdır. Yapılan yorumlar aslında bizim internetten ne şekilde yararlandığımızla doğrudan ve dolaylı şekilde bağlantılıdır.

İnternet kullanımı yaygınlaşmadan önce belirli materyaller dışında bilgiye çok kısa bir zaman içinde kolay ve kapsamlı biçimde ulaşmayı sağlayan teknoloji mevcut değildi. Hazır olan teknolojiler birbiri ile bütünlük sağlayamıyorlardı. İnternetin kullanımı ve teknolojinin desteği ile görüntü, ses, yazı gibi birçok özellik bir araya getirilerek bir bütün oluşturuldu.

İnternet çevreyi tanımak algılamak ve yorumlamak için imkan sağlamaktadır. İnternet ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşmada yararlanılan onlara kendilerini ifade edebilecekleri düşüncelerini paylaşılabilecekleri ortamı hazırlar. Öğrenciler çeşitli kaynaklara internetten ulaşp kendi kendilerine kaynak tarama gerekli bilgileri seçebilme ve bireysel olarak kendilerini geliştirme imkanına sahip olurlar. İnternetten bilinçli şekilde yararlanmayı bilen öğrenciler bilgiyi tarama, bilgiyi zihinde yorumlama, bilginin özetini çıkarma, bilgiden gerçek yaşamında yararlanma, bilgiyi öğrenme, çevresindeki bireylerle sağlıklı iletişim kurma gibi birçok özelliğe sahip olurlar (Yavuz, 2005).

2.1.5. Sosyal Medya

Kullanıcıların oluşturduğu bilginin basit ve net biçimde çift yönlü aktarımını ve paylaşımını sağlayan medya biçimidir. Medya iletişim ortamı ve iletişim aracıdır. Gazete, televizyon, radyo, web siteleri iletişimi sağlayan medya ortamlarıdır. Fakat sosyal medyanın kullanımı işleyişi yapısı sosyal medyadan çok farklılık gösterir. Sosyal medya kullanıcıları bakış açılarına müdahale etmez, onların ilgi alanlarına destekleyecek geniş içeriklere erişim imkanı tanır, kişilere müdahale etmek yerine onlara kendi ihtiyaç ve ilgi alanları doğrultusunda bilgi paylaşımı yapabilecekleri ortam sunar.

İnternetin ilk kullanımıyla beraber kullanıcılar bilgiye arama motoruna yazarak ulaşmaktaydılar. Tıpkı diğer medya araçlarında olduğu gibi tek yönlü iletişim sağlanmaktaydı. İnternetteki gelişmelerle beraber kullanıcıların aktif rol almaya başlaması içerikte kullanıcıların yönlendirme katkı sunma yorum yapma gibi fırsatlar sahip olması sosyal medya kullanıcılarının artışına neden oldu.

Sosyal medyaya olan ilgi bireyler arasında çeşitlilik göstererek yaygınlaşmaya devam etmektedir (Eren, 2014). Özellikle öğrencilerin belirli bir kısmı sosyal medyayı kullanım amacı algı ve tutumları ile bağlantılı olarak değişkenlik göstermektedir. Elindeki imkanları farkında olan ve bu imkanları iyi şekilde değerlendirmeye çaba gösteren öğrenciler ihtiyaçlarına yönelik bir araç olarak internet ve sosyal medyayı kullanabilirler. Böylelikle günümüzde bilgiye erişim sağlayabilen elde ettiği verileri kısa sürede değerlendiren ve aynı anda birçok sorumluluğunu yerine getiren bir neslin var olmaya başladığını dile getirilmektedir (Prensky, 2001). Özellikle dijital teknolojileri kullanma yaşındaki düşüş fikirleri değişime uğratmış ve bunlara paralel olarak eğlence biçimlerindeki değişiklikleri beraberinde getirmeye başlamıştır. Bu değişimlerden öğrencilerin yararlanabilmeleri için öğrencilere yeni fırsatlar sunulması gerekmektedir (Akça ve diğ., 2015). Bu fırsatlardan biri de yüz yüze sağlanan iletişimdir. Yüz yüze iletişime destek verecek en kullanılabilir araçlar içerisinde sosyal medyadan da söz edilebilir.

Sosyal medya diğer medya araçları ile bazı yönlerden farklılık göstermektedir. Bunlardan biride sosyal medyanın çoğulcu niteliğe sahip olmasıdır. Sosyal medya genel olarak kullanıcıları tarafından düzenlenen ve kullanıcılar tarafından yararlanılan platformdur. Bu bakış açısı ile konuya yaklaşırsa içeriği üreten de tüketen de aynı kişilerdir. Mobil teknolojileri kullanarak iletişim kuran genç ve yetişkin grup mevcut durumu ve geleceği yeniden şekillendirecektir. Hayat tarzları, düşünceleri etkileyen unsurların kişilerin yaşantılarında köklü değişimlere neden olması olağan durumdur. Kitap okuyan ve televizyon karşısında zaman geçiren çocukların farklı özelliklere sahip olması gibi tabletle, bilgisayarla büyüyen çocukların hayal dünyaları, düşünce yapıları zihinsel özelliklerinin de aynı olması beklenmemelidir.

Sosyal medya ortamı çocukların ve gençlerin bir ekran üzerinden mesaj göndermesi cevap alması onların interaktif iletişim kurabildiğinin göstergesidir. Bu etkileşim fırsatının sunulduğu mecra çocuk ve gençlerin kolaylıkla sosyalleşebileceği etkileşim içinde olabileceği sosyokültürel değerleri yeniden şekillendirebileceği öngörülmelidir (Özutku, ve diğ., 2014).

2.1.5.1. Sosyal Medya Kùltürü

Birbirinden farklı özelliklere sahip kimlikteki insanların aynı platform içinde buluşması konular hakkında çoğulcu bir ortam hazırlayacağını düşündürmektedir. İnternet ve sosyal medya kişilere gönüllü katılım açık erişim sağlanabilirlik bağımsızlık gibi imkanları iletişim sürecinde sunmaktadır. İnternet ve sosyal medya her bireyin istediğı zaman erişebileceğı herkese açık kolektivist yapıda bir toplumun oluşumunu sağlayacağı söylenebilir. İnternet ve sosyal medya seçicilikten ve merkezîyetçilikten uzak olmaya çalışarak eşitlikçi yapısını korumalıdır. İnternet ve sosyal medya ile görüşü, düşüncesi, yaşam biçimi gibi özellikleri farklı olan kişileri ayırt etmeksizin bir araya getirmek mümkün görölmektedir (İnceoğlu, 2011).

2.1.5.2. Sosyal Medyanın Gelişimi

İnternetin kullanıma başlanması ve hızla yaygınlaşması toplumda yaşantının bir parçası olarak yer almasının doğrudan bağlantısı vardır. İnternetle birlikte web 2.0' ın kullanımı arttıkça iletişimde yeni kavram olarak kabul edilen sosyal medya da hızla yaygınlaşmaya başlamış oldu. Sosyal medya az bir zaman içerisinde her kesimin dikkatini çekmeye ve her kesimin yaşantısının bir parçası olmaya başladı. Kişilerin bu çevrimiçi teknolojiye bu denli adapte olmalarının kaynağında bilgiyi kendilerine göre şekillendirmeleri etkili oldu ve sosyal medya kullanımı gittikçe yaygınlaştı. Sosyal medya kullanım alanları ihtiyaç, ilgi, merak gibi birçok etkene bağlı olarak kullanıcılarına yeni platformlar sunmuştur. Bu çevirim içi paylaşım platformu kullanıcılarını ortak paydalarda birleştirerek onların bütünleşmesini ilgi ihtiyaçlarına göre kitle iletişim aracı ile yaşantı sosyalliğine çevirmelerinden söz edilebilir. Sosyal medya karşılıklı etkileşim imkanı tanıyan uygulamaların bütününü içermektedir. Kişiler ve gruplar diğer kişi ve gruplarla sosyal medya sayesinde bağlantı kurar. Asıl amaç ortak bir paydada paylaşım ve etkileşimi sağlayabilmek amaçları doğrultusunda kendilerine özel görüntü düzenleyebilme iletişim kurmak istedikleri arkadaşlarını seçme fırsatına sahip olmuştur.

İnternet, telefon hatlarıyla birbirine bağlantılı, her ölçek, biçim ve türden bilgisayarlardan oluşan uluslararası bir topluluktur (Thomas, 1996; Akt.: Karasar,

1999). World Wide Web dünyayı içine alan binlerce veriyi, resmi, filmi, videoyu, ses ve metin gibi pek çok farklı formu depolayabilmekte ve kullanıcılara gönderebilmektedir. İnternetin gelişiminde bazı imkanların kullanıcıya sunulması internetin yalnızca bilimsel alanda değil, günlük hayatın her alanında rahatça kullanılabileceği farkına varılmış ve böylece İnternet hızla gelişmiştir. Eğitimden sağlığa, savunma alanından bilimsel çalışma ve eğlence gibi birçok alanda kullanılmakta olan internet (Kenanoğlu ve Kahyaoğlu, 2011 akt., Otrar ve Argın, 2014) sosyal, ekonomik ve kültürel yaşamın yanında kişilerarası iletişimi de etkilemiştir (Özmen ve diğ., 2011'dan akt., Otrar ve Argın, 2014). İnsanların iletişim kurmalarına olanak sunan İnternet, web 2.0 araçlarıyla yepyeni bir çağ başlamıştır (Warschauer, 2009'dan akt., Karal ve Kokoc, 2010'dan akt., Otrar ve Argın, 2014).

Her bilgiye ulaşmanın kişiler arası iletişim kurmanın zaman alıcı olduğu dönemden her bilgiye anında ulaşılan her an iletişim kurulan döneme geçişin toplumlarda yaşam standartlarını arttırdığı söylenebilir. Sosyal ağlarda, öğretmen, grup iletişimini kolaylaştırıcı, grupça öğrenme etkinliklerini düzenleyici rehber ve gözlemci rolündedir. Sosyal ağlarda eğitim çalışmalarında ders materyali hazırlama, sınavları uygulama ve değerlendirmede farklılıklar bulunmaktadır. Fakat İnternet ve sosyal ağların en büyük sorunu bilginin denetlenmemesi ve güvenilirliğinin sağlanması konusundaki yetersizliktir. Var olan bilgi gittikçe artmaktadır. Bilgi taraması yapmak için geliştirilmiş programlar, her gün artan bilgiyi kontrol etmek için bilgiyi tarama programları yetersiz kalmaktadır.

2.1.5.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya, belirli bir zaman ve ortam kısıtlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımların, etkileşimlerin gerçekleştirildiği iletişimdir. İletişim, teknoloji, telekomünikasyon, sosyal etkileşim, görsel içerikler, videolar ile düzenlenen sistemler bütünüdür. İnsanlar yaşamlarının kesitlerini ve kişisel tecrübelerini çevrelerindekiyle paylaştığı platformdur (<http://tr.wikipedia.org>, 2017). Sosyal ağlar kişisel ilgi ihtiyaçlara göre gruplara yönlendirilmeden çok birey temelli kişisel çevrimiçi topluluklara yönlendirilmektedir (Sunn, 1999). Günümüz Sosyal medya alanında en yaygın kullanım bulmuş olan Facebook ilk olarak 2004 yılında Harvard

Üniversitesinde eğitim alan öğrenciler tarafından kurulmuştur. Diğer üniversitelerde de kullanılmaya başlanmış hızlı bir şekilde herkesin yararlanabileceği sosyal medya platformu olmuştur (Zuckerberg ve diğ. 2013).

İnternet ve sosyal medyanın gelişimleri kişilerin sosyal medya platformları kullanış ilgi ve ihtiyaçları doğrultusunda Flickr, Digg gibi birçok platform yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. 2006 yılında kullanıcılara sunulan Youtube'da sosyal medyanın videolardan da yararlanmasına fırsat sunarak, geniş içerik ağıyla ve görsel öğelerle bu alana canlılık katmıştır. Daha sonra Google'dan satın alınan web sitesi, kapsamı daha da geliştirilerek ilk zamanlarından beri dünyanın en yaygın olarak kullanılan video izlemeye elverişli ortamı olmuştur. Kısa süre sonra sosyal medyada yepyeni bir ortam olarak Twitter aktif kullanıcı kitlesine sahip ortam olarak karşımıza çıkmıştır. Daha sonra yeni ihtiyaç ve kullanıcılara 2010 yılında farklı bir ortam tasarımı olarak Instagram kullanılmaya başlanmış özellikle resimlerin paylaşıldığı fotoğrafların yüklendiği bu ortam kullanıma başlanmıştır. Günümüzde artan kullanıcı kitlesi her gün milyonlarca fotoğrafı buradan paylaşma imkanı bulmaktadır. Daha sonra Pinterest, 2011 yılında kullanılmaya başlanmıştır. 2013 yılında Vine 7 saniye süren videolar sayesinde sosyal medya ortamında kullanılmaya başlanmıştır.

2.1.5.3. İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumlar

İnternet kullanımının yaygınlaşması sosyal medyanın yaşamın içine aktarımı toplumun tüm katmanlarının internet ve sosyal medyaya yönelmesine neden oldu. İnternet ve sosyal medya katılımcılarının iletişim kurma biçimleri, çalışma alanları, bilgiye erişim hızı diğer kişilerle iletişim kurma biçimlerini değiştirmiştir(Göksu, 2016). Son on yılda hızla büyüyen internet iki buçuk milyar kullanıcıya sahiptir (Kemp, 2015). Büyük kitlelerin internet ve sosyal ağları kullanmaları kitle iletişim araçlarının genel mesajlar farklı algı ve tutumlar geliştirmesine neden olmuştur. İnternet ve sosyal medyanın belirli norm ve davranış kalıplarını ortaya koyması farklı algı ve tutumlar oluşturması muhtemeldir. Öğrencilerin algı ve tutumları da önemsendiği gruplarla kurduğu iletişimle bağlantılıdır. İletişim araçlarının gönderdiği çoğu mesaj toplumdan ayrı kalan yalnız ve soyutlanmış bireylere değil toplumun bir

parçası olarak yaşayan kişilere yöneliktir. Mesajlar bireylere gönderildiğinde kişiler mesajları kendilerine göre kendilerine göre yorumlar algı tutum ve davranışlarına göre sınıflara ayırır. Kişiler kendileri ile çatışan mesajlara direnç gösterir. Josep T. Klapper'in genellediği biçimde eş zamanlı gönderilen mesajlar bireyler arasında farklı davranış ve tutuma yol açar ve bu farklılık aracı unsurlara da bağlıdır. Mevcut olan tutumlar kanaatlerin devamı işlevinde görev yaptığı süreçte gönderilen mesajların etkisi birbiri ile benzerlik gösterecektir. Aracı unsurlar mesajın iletildiği bireyin ön eğilimlerine göre algılama, katılma ve seçim yapma mekanizmaları, gruba olan bağlılıkları, kişisel haberleşme ve kamuoyunda sözü geçerli olan kişilerin rolüdür (İnceoğlu, 2011).

2.1.5.4. Sosyal Medyanın Toplumlara Etkisi

Toplumsal yaşantının birçok alanında kullanılan sosyal medya iletişim şeklini ilgi ihtiyaç ve alışkanlıkları çeşitlendirmiştir. Kişiler daha kolay ve hızlı şekilde iletişim teknolojilerinin sunduğu fırsatlardan yararlanma imkanına sahip olmuştur. İnternet ve sosyal medya ile birlikte kişilerin toplulukların iletişim kurma biçimi çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Bireyleri sınırlı imkanlar içinde bile iletişim sürecine dahil edilme fırsatına kavuşması internet ve sosyal medyanın geniş kitlelere ulaşabilmeyi olanaklı kılmıştır.

İletişim teknolojileri sanayi toplumlarından bilgi toplumuna geçiş sürecinde sürekli değişen toplumsal yaşama farklı boyut kazandırmıştır. İnternet ve sosyal medyanın kullanım kolaylığına sahip olmasının yanında zaman ve mekan sınırlaması olmadan geniş bir haberleşme ağ yapısına sahip olması, kullanıcılarına zengin bir kütüphane içeriği sunması, neredeyse dünyanın tamamına ulaşabilen pazarlama merkezi olması gibi özellikleri de sıralanabilmektedir (Ersöz ve diğ., 2007).

Her yüzyılda olduğu gibi 21.yy 'da da kişilere kazandırılması gereken nitelikler belirlenmeye çalışılmaktadır. Her dönemde aynı olmamakla beraber çoğu özellik birbiri ile örtüşür nitelikler bulundurmaktadır. Bunların en belirgin olanları aşağıda sıralamıştır (Yıldırım, 2001).

Etkili iletişim kurabilme, karşısındakilerle konuşabilme, onları dinleyebilme, ifadelerini yazıya dökebilme, başkalarının yazdıklarını ifade ettikleri şekilde anlayabilme, bilgiye ulaşmak için işbirliği yapabilme becerileri kazanmaları gerekmektedir. Günümüz koşullarına uyum sağlayabilmek için sürekli kendini yenileyecek ve çevresi ile uyumlu şekilde güncel problemlerin üstesinden gelmek için iletişim teknolojilerinin aktif şekilde kullanılmasında yarar vardır (Yıldırım, 2001).

2.1.6. İnternet ve Sosyal Medya Araçları

Toplumsal yapıdaki değişiklikler kitle iletişim araçlarının gelişmesi iletişim araçlarını değiştirirken internet ve sosyal medya kavramlarını da yaşamımızın her anına eklemiştir. Kitle iletişim araçları düşünce ve fikirlerin yayılmasını sağlarken kişilerin öğrenme öğrendiklerini paylaşma, aktarma, anlatma gibi ihtiyaçlarını karşılamış insanların iletişimini geliştirmiş kişilere yeni davranış ve tutumlar kazandırmıştır.

Toplumsal yaşama yeni boyut kazandıran köklü değişimlere olanak tanıyan internet ve sosyal medya kullanıcıları da bu sürecin içine dahil etmekle birlikte klasik yöntemlerin kullanımında düşüş görülmüş iletişim aracı ile kullanıcı arasında bilgi alışverişi dışında çift yönlü etkileşime yönelik yapı oluşmuştur. Kullanıcılar genelde dokümanlarını bu platform üzerinde depolayacakları alanlara sahiptirler. Ayrıca kendi erişim gizlilik güvenlik ayarlarını kendileri yapabilirler. Böylece kullanıcılar dokümanlarına erişimden ve dokümanların güvenliğinden kendileri sorumlu olmaktadır.

2.1.7. Web 1.0

Web 1.0 kullanıcıların bilgiye ulaşması okuyucu olarak kalmasına izin verilen topluluklardı. Web tasarımcıları bilgiyi kişilere hazır olarak sunuyor var olan içerik üzerinde okuma ve dosyaları indirme dışında bir etkinliğe imkan sunulmuyordu. İletişim söz konusu değildi insanlar arası etkileşim sağlayan arayüz yetersizdi. Bilgi edinme ve okuma dışında katkı sunmak bilgiyi sentezlemek mümkün değildi.

İnternet ortamında iletişim kurmak sosyalleşmek gibi ihtiyaçları karşılamada web 1.0 yeterli değildi. Web 1.0 kişileri pasif hale getiriyor bilgiye ulaşılan diğer kaynaklarla çok fazla farklılık göstermiyordu (Özutku ve diğ., 2014).

2.1.8. Web 2.0

Web 2.0'ın temel amacı web 1.0'ın eksikliklerini kapatmaktır. En büyük eksiklik olan iletişim sağlayamama, kişilerin bu ortamda pasif durumla olması sorununa çözüm geliştirmeye çalışılmıştır. Kişilerin ortak paylaşımında bulundukları sistem tasarlanmıştır. Tasarımcıların, yazılım uzmanlarının, farklı siteler tasarlamasıyla birlikte sayfalara yepyeni çerçeveye sahip olmuştur. Kişiler kendilerine ait web sayfaları tasarlamaya başlamışlardır.

Web 2.0'ın gelişim sürecinin hızlanması internet sitelerinin toplumların ihtiyaçlarına göre gelişim göstermesi çeşitli yazılım ve uygulamaların artışı web'i kullanan kişilerin sayılarında hızlı bir artış sağlamıştır. Wikipedia gibi geniş bilgi içeriğine sahip siteler içeriklerini daha da zenginleştirmiş sosyal ağlar da hızla güncellenerek kullanıcıların dikkatini çekici birçok özellik sunmayı prensip haline getirmiştir. Benzer gelişmeler youtube, twitter, facebook, blogger gibi web 2.0 ortamlarında da görülmeye devam etmektedir (Gümüş, 2008; Özutku ve diğ., 2014).

2.1.9. Web 3.0

Web 3.0 internet aracılığı ile bilgiyi yorumlayan elde edilen çıkarımlara göre her kullanıcıya özel olarak bilgiyi etkili biçimde sınıflandırıp kişisel özellikleri farklılıkları bir ağ üzerinden bir araya getirip bilgiyi işleyip analiz eden portalların geliştirilmesi amacına dayandırılmaktadır(Demirli, Kütük, 2010). Web 3.0 ile beraber kullanıcılar web içeriklerini okuyup bu içeriklerden yararlanabilmenin yanında bilgisayar verilerini çıkarsama amacına yönelik düzenleyecek ve çeşitli çalışmalar yolu ile yeniden farklı şekilde kullanılır biçime dönüştürerek yeni içerikler tasarlayabileceklerdir (Gümüş, 2008). İnternet üzerindeki verilere ve bunlar arasındaki bağlantılara kişilerin dışında sanal olarak ulaşılması bilgisayarların birbiri ile olan veri akışı web 3.0'ın dünya üzerindeki ağ bağlantısı ile kurulan platform

sayesinde bilgisayarların otomatik olarak yönlendirileceği programlar tasarlanmalıdır (Gümüş, 2008).

2.1.9. Web 1,0'dan Web 2,0'a Geçiş

Web 1.0 dönemi bilgiye kolay ulaşılabilen bir dönem değildi. Bu dönemde internete bağlanabilme süresinin uzunluğu özellikle görsel içerikli sayfalara ulaşmadaki sıkıntılar web 1.0 döneminin fazla sürmeyeceğinin işaretini veriyordu. Nitekim interneti yaşamla iç içe olan, iletişim kurmaya imkan sağlayan, paylaşım yapılabilen bir ortama dönüştürmek amacıyla Web 2.0 teknolojisi kullanılmaya başlandı. Böylelikle 2000li yıllar bilginin daha kısa sürede yayılmaya başladığı, çift taraflı iletişimin yaygınlaştığı e posta adresine sahip kişi sayısının artmasına resimlerin görsel öğelerin paylaşımına olanak sunulduğu görüntülü iletişim kurulduğu dönem haline gelmiştir.

Özellikle Web 2.0 in iletişimde sunduğu imkanlar internete olan bakış açısını yeniden şekillendirmiştir. Messenger kullanımının artışı ile internet bağlantısının yaygınlaşması özellikle gençlerin dikkatini çekmiştir. Özellikle gençler internet erişiminin hızlanması ve Messenger sayesinde birbiri ile iletişim kurmaya, kamera ile görüntülü görüşmeye başlanmışlardır. Ayrıca adres bilgilerinde de kullanılan kolay ulaşılabilir özelliklere sahip olan Messenger hayatımızda önemli bir parça olarak yerini almıştır. İnternet yalnızca iletişim kurma amaçlı bir platform olmasının dışında bilgiye anlamlı ve güvenilir şekilde ulaşılması için özgür ansiklopedi wikipedia yayın yapmaya başlamıştır (Gümüş, 2008; Özutku ve diğ., 2014).

Tablo 2.1:

İnternetin Dönüşümü (Göksu,2016)

Web 1.0	Web 2.0	Yakın Gelecek Web 3.0
Sadece Okunabilir web	Hem yazılabilir hem okunabilir web	Yazılabilir okunabilir ve programlanabilir Semantik web
Platforma tamamen bağlı	Platforma kısmen bağlı	Platformdan tamamen bağımsız
İçerik tek Yerde	İçerik desteklenen her Cihazda	İçerik her yerde
Etkileşimli tek yönlü HTML tabanlı	Etkileşim çok yönlü yorum tabanlı	Etkileşim makineler arası ve makine/ insan arası
Sınırsız hız	Hızlı	Talep edildiği anda çok hızlı
Şirketler	Topluluklar	Şirketler ve Topluluklar aynı anda bir arada
Hız endişesiyle kırılmış kullanıcı arayüzü	Zenginleştirilmiş etkileşimli ve dokunmatik arayüzler	Yaşamla bütünleşik duyularla şekillenen arayüzler
Google, Amazon popüler temsilcileri	Facebook ve Twitter gibi sosyal medya mecraları popüler temsilcisi	Öne çıkan bir temsilcisi henüz yok

Web 2.0 özellikle Web 1.0' ın eksikliklerini tamamlamış ayrıca durağan yapıdan daha aktif bir yapıya geçmeye interneti hayatın her alanında kullanılır hale dönüştürmeye başlamıştır. Özellikle Facebook yaşamda yeni alışkanlıkları farklı

yaşam ve iletişim biçimlerini beraberinde getirmiş var kültürleri doğrudan etkilemiştir.

Semantik web yalnız yazılımcıların dışında web'i kullanan kişilerin de kavrayabileceği yorum yapabileceği ihtiyaçları olan verilere rahat şekilde erişim sağlayabilecekleri elde ettikleri verileri doküman olarak depolayabilecekleri internet teknolojisidir(Benners ve Lee,2011).

2.1.10. Web 1.0 ve Web 2.0'ın Kullanım Alanları

İnternet üzerinden kullanılan web siteleri ansiklopediler klasik biçimde üreticilerin yararlandığı bilgiler web 1.0 dönemini ifade ederken wikiler, sosyal ağ siteleri, bloklar web 2.0 dönemini ifade etmektedir. Kullanıcıların düzenlediği içerikler “sosyal medya” teknolojisini oluşturmuştur (Göksu, 2016). Web 1.0' in pasif yapısı web 2.0 dönemi ile birlikte sosyal etkileşim ortaklaşa bilgi akışının sağlandığı herkesin yararlanabileceği uygulamalara öncülük etmiştir. Web 2.0 aracılığı ile kişilerin kullanım amaçlarına yönelik sürece katılımı arttıran yazılım ve uygulamalar tasarlanmıştır. Facebook, Wikipedia, Youtube, Twitter gibi siteler kurgulanmış ve yaygın şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Göksu, 2016).

2.1.11. İnternet ve Sosyal Medya Platformları

Bilgisayar ve iletişim teknolojileri bilişim toplumunun temel kavramları içerisinde yer almaktadır. Bilişim toplumlarındaki değişimler sosyalleşmeyi de yeniden şekillendirmiştir. Günümüzde bu değişimler sayesinde çevrimiçi sosyal paylaşım ağları belirli zaman ve mekanın dışında iletişim kurabilmeye imkan sağlamaktadır. Çevrimiçi sosyal paylaşım ağları kişilerin birbirleri ile etkileşimlerini, iletişim kurma biçimlerini, kişiler arasındaki işbirliğini, çalışma düzenlerini, öğrenmeye ayırdıkları süreci yeniden biçimlendirmiştir (Ögüt ve Dilmen, 2010).

İnternet ve sosyal medya platformları kişilerin etkinlik yapmalarında iletişim kurmalarında bilgi alışverişi için kullandıkları yazılımdır. Kişilerin ihtiyaçları eğitim durumu alışkanlıkları ilgi alanları yaşadığı çevreleri internet ve sosyal ağları

kullanımlarını şekillendirir. İnternet ve sosyal medya boş zaman geçirilen ilgi alanlarına, bilgiye ulaşma ihtiyaçlarına, çevresi ile olan iletişimine göre kişinin kendi isteği doğrultusunda kullanabileceği bir platform olarak düzenlenmiştir. Bu platform bireylere özgürlük tanınmasının yanında içerikleri düzenleme gelecek olan iletileri kısıtlama ve engelleme gibi düzenlemelere de fırsat sunar. Geniş olanaklara sahip olan internet ve sosyal ağlar multimedya içerikler çeşitli galerilerdeki fırsatlardan yararlanılabilir ayrıca bu ortamlardan satış ve paylaşım imkanı da vardır. Bu ortamlarda kullanılan servisler, İnteraktif ve çok kanallı erişim (SMS, Wap, Web, MMS, IM ve Cep uygulamaları) sayesinde uluslararası sosyal medya ağları ile bağlantı kurulabilir (<http://tr.wikipedia.org>, 2013).

2.1.12. Sosyal Ağlar

Kişilerin birbiri ile iletişime geçmesi fotoğraf, video, bilgi gibi verileri paylaşımlarına imkan sunan kişilerin birbirlerini profilleri üzerinden tanınmasını sağlayan onları sosyalleştiren iletişimlerini kolaylaştıran ağıdır. Özellikle profiller sosyal ağlarda kişilerin gerçek veya sanal kimliklerini oluşturur. Sürekli gelişim gösteren ara yüzler yenilenen sosyal ağlar kullanıcılara sunulan farklı imkanlar yaşamı kolaylaştıran bilginin hızlı akışını sağlayan ağları kullananların artışına ve bilginin hızla yayılmasına dengelerin değişmesine neden olmuştur (Özutku ve diğ., 2014).

2.1.12.1. Facebook

Kişilerin çevresi ile iletişim içinde olmasını kolaylaştırmak ve çevresindekilerle bilgi alışverişi yapabilmesi için hazırlanan sosyal paylaşım sitesidir. İnternet üzerinden bilgi paylaşımı yapmasını, iletişim kurmasını, video fotoğraf ve çeşitli içerikleri paylaşmasını sağlayan sosyal ağ sitesidir. Belirli yaş sınırlandırmasına sahip olması ile birlikte Facebook’u kullanmak için e-posta adresine sahip olmak gereklidir. Twitter’e göre daha genç kullanıcılar Facebook’u kullanmaktadır. Kullanıcıların profilleri görsel ağırlıklı bilgilerin yoğun olarak paylaşıldığı dikkat çekmektedir. İnternet üzerinden sosyal paylaşım araçlarının

kullanımının kolay olması Facebook'un geniş kitleler arasında hızla yayılmasına yardımcı olmuştur. Kullanıcılara sunulan aktif iletişim şekli Facebook kullanan kitlenin artışında önemli etken sayılabilir. Araştırmalar Türkiye'de Facebook kullanım saatlerine bakıldığında hafta sonları ve gece saatlerinde yoğun olarak kullanıldığı, her akşam ve sabah kişilerin profillerini kontrol ettiğini göstermektedir. Özellikle zaman aralıkları özel günler Facebook'ta önemli yer tutan öğelerdir. Ayrıca kişisel sayfaların güvenliğine dikkat edilmeli risklere karşı güvenlik ayarları kontrol edilmelidir (Özutku ve diğ., 2014).

2.1.12.2. MySpace

2003 Ağustosta kurulan, 2006'da Google'dan daha fazla ziyaret edilen sosyal medya sitesidir (Özutku ve diğ.,2014).

2.1.12.3. GooglePlus

İlk kullanıma başlandığında davetiye sistemi kullanılmıştır. Google tarafından düzenlenmiş “sosyal ağ” ve “kimlik doğrulama” uygulamaları ile birçok hizmeti bir araya getirmiştir. Okul, akraba, arkadaş gibi kategorilerde sınıflandırma yapılabilir. 18 yaş üzeri kullanıcılar için platform açıktır. Bu sistem İlk ve orta öğretimlerde yaş sınırlamasından dolayı kullanılamayacaktır. Ancak üniversite öğrencilerinin uygulamayı kullanmasında bir kısıtlama yoktur. Eş zamanlı olarak birçok kişi ile görüntülü görüşme ve konferans yapmaya fırsat sunar(Özutku ve diğ.,2014).

2.1.13. Bloglar

Okurların görsel ve işitsel içeriklerden yararlanarak kronolojik sıralama ile bilginin sunulduğu sanal ortamlarda düzenlenen ağ günlükleridir(Akar, 2010; Aydede, 2006). Bloglardan kişiler özgün şekilde yararlanabildiği gibi gruplar halinde da yararlanılabilir (Göksu, 2016).

2.1.14. Wikiler

Site “What I know is” cümlesinin kısaltılması ile oluşturulmuştur. Kullanıcıların konular hakkında bilgilerini eklemelerine değişiklik yapabilmelerine

izin veren veya var olan bilgiye erişmelerine imkan tanıyan sanal ansiklopedidir (Göksu, 2016).

2.1.14.1. Wikipedia

Sanal ansiklopedi olarak en çok kullanılan sitedir. Herhangi bir konu hakkında kaynağa bilgiye yayına ulaşılabilir.

2.1.15. Podcastler

Kullanıcıların konuşarak iletişim sağlayabildikleri ses ve görüntü dosyaların bulunduğu platformdur. İletilere detaylı şekilde ulaşılabilir. İpod markası ve broadcast (yayınlama) kelimeleri kullanılarak düzenlenen podcast ses ve görüntü dosyalarının servis hizmetini sunmaktadır (Akar, 2010). Ses ve görüntü kalitesi ile daha ayrıntılı iletinin sunulması kullanıcıların yazma yerine konuşarak iletişim kurmalarını sağlamıştır (Göksu, 2016).

2.1.16. Forumlar

Sosyal medyanın ortaya çıkmasını sağlamış kişilerin konularla ilgi alanlarıyla ilgili paylaşımda bulunmalarına olanak sunan medya platformlarıdır.

2.1.17. İçerik Paylaşım Toplulukları

Kullanıcıların belirli medya çeşitlerini kullanarak içerik paylaşımı sağladıkları sosyal medya ortamıdır. Fotoğraf video gibi çeşitli içerikler bir araya getirilmiştir.

2.1.17.1. Youtube

2003 yılında Mark Zuckerberg'in bu yazılımı tasarlamasının ilk ve en temel amacı, Columbia Üniversitesi ve diğer çeşitli Amerikan üniversitelerindeki öğrencilerin çevreleri ile arasındaki iletişimi arttırmak ve kolaylaştırmaktı. Bu sosyal ağın bir üniversitede yani eğitim kurumunda hazırlanması aslında eğitim materyali olarak sosyal medyanın kullanılması için en önemli göstergelerden biridir (Özutku ve diğ.,2014).

2.1.17.2. Flickr

Fotoğraf ve video paylaşım sitesidir. Fotoğraf video gibi verileri kaydetme amacı ile Flickr'dan yararlanılabilir. Belirli ölçüde istenilen fotoğrafın indirilmesi sağlanır. Kişiler kendi fotoğraflarını düzenleyebilir ve tarihlerine göre sıralayabilir. Dünyada tarihi ve kültürel değerlere sahip olan yerlerin fotoğraf albümlerine ve videolarına ulaşabilme fırsatı sunar (Özutku ve diğ.,2014).

2.1.17.3. Instagram

Fotoğraf ve videoların sosyal medya platformunda paylaşılmasına olanak sunulmaktadır. Instagramı Kevin Systrom ve Mike Krieger 2010 yılında kullanıma açmıştır.

2.1.17.4. Foursquare

Sosyal ağ aracılığı ile konum bildirmeyi sağlayan uygulamalardır. Farklı mekanlarda yer bildirimi (check-in) gerçekleştirilebilir. Gidilecek mekanlar hakkında ön bilgi edinilebilir. Gidilecek yeni gezi yerleri ile ilgili ön bilgi sahibi olunabilir ve farklı önerilere ulaşılabilir.

2.1.18. Mesleki Ağ Siteleri

Dünyanın birçok yerinde insanlar mesleki alanları ile ilgili ortak platformlarda bir araya gelmektedir. Sosyal ağlar aracılığıyla kişilerin kendileri ile ortak mesleki alanında çalışanların ihtiyaçlarına, sorunlarına cevap bulmaya çalışmaktadır. Kişiler kendi iş alanları ile ilgili bilgilerini ve mesleki tecrübelerini paylaşabildikleri birçok sosyal ağ mevcuttur. Sosyal ağlar aracılığı ile kendi alanlarında iletişim kurmaları onların kariyer planlamasına yardımcı olmakla birlikte birbirleri ile fikir alışverişinde bulunmalarını sağlamaktadır (Özutku ve diğ.,2014).

2.1.18.1. LinkedIn

Birçok dilde yayın yapan ortak meslek alanlarındaki kişilerin birbiri ile iletişim kurmasını sağlayan ağıdır. Firmaların şirketlerin kurumların ihtiyaçlarını taramalarına araştırma yapabilmelerine olanak sunan ağıdır. Kişiler ve kurumlar iş

dünyası ile ilgili güncel bilgileri takip edebilir. Kişilerin özgeçmişlerinin başka kişilerce onaylanması ve doğrulanması LinkedIn ayrıca kariyer sitelerinden farklı özelliğe sahip olması yazılanların çevredeki kişiler tarafından da onaylanması gözden geçirilmesi imkanını tanımaktadır. LinkedIn'in iş ilanlarını inceleyebilen sisteminin yanında kişilerin yönlendirilebileceği kariyer sitelerine başvuru yapılabilen, kurumsal kullanıcılara iş ilanı verilebilen özelliklerde mevcuttur (Özutku ve diğ.,2014).

2.1.18.2. Acedemia

Akademik çalışmaları, kitapları bir ağ içerisinde toplamak fikri ile geliştirilmiş sosyal ağ sitesidir. Güncel tez ve makale örneklerine ulaşılabilir.

2.1.19. Microblog Uygulamaları

Tumblr yazılımcılar tarafından bir blog sayfası olarak tasarlanmıştır. Kullanımı çok karmaşık bir içeriğe sahip değildir. 2007 yılında David Karb Tumblr platformunu kullanıma açmıştır. İOS ve Android cihazlardan kullanılabilir olması okullarda bu platformun kullanımını zorlaştırmaktadır. Fakat bu cihazlara sahip olunan ortamlarda blog olarak kullanılabilir. Sınıf içi ve dışındaki etkinliklerde resimleri, videoları, ders notlarını, soruları, ödevleri bu blogda paylaşılabilir grup içi çalışmalar yapılabilir.

2.1.19.1. Twitter

Twitter yazılımını 2006 yılında Jack Dorsey bir grup içerisinde iletişim kurulması amacıyla SMS servisi olarak tasarlamıştır. Kişilerin 140 karakterle sınırlandırılmış platformda kendilerini ifade etmeleri için geliştirilmiştir. Bir öğretmenin yönetimindeki sınıfta kısa cevaplı sorulara verilecek yanıtlar için, beyin fırtınası için etkin şekilde kullanılabilir. Öğretmen ve öğrencilerin yaratıcılığı ile çok çeşitli etkinliklerde Twitterdan yararlanılabilir.

Vine Twitter'ın geliştirip 2013 Ocak ayında kullanıma başlanan yazılım uygulamalarından biridir. Yazılım video yayınlama temel prensibine göre kullanılır. 6 saniye kadar kısa süreli videolar yayınlanmaktadır. Özellikle Facebook ve Twitter

bağlantılı şekilde paylaşım da yapılabilir. Vine özellikle net ifadeler kullanmayı hedefleyerek öğrencilerin konuya odaklanmalarını kolaylaştırabilir.

Pinterest'in Twitter'a ve diğer sosyal ağlarla benzerlikleri bulunmaktadır. İnternet sitelerinden ve bilgisayarlardan resim yüklenebilen diğer kişilerin hesaplarına mesaj atılabilen bir panoya resimlerin kaydedilebileceği sosyal platformdur. Özellikle evde mobil cihazı tableti ve bilgisayarı olmayan öğrenciler bu platformda kendi panolarını oluşturarak çalışmalarını depolayabilirler. Oluşturulan panonun gizlilik ayarları seçeneğine de sahiptir.

Tumblr yazılımcılar tarafından bir blog sayfası olarak tasarlanmıştır. Kullanımı çok karmaşık bir içeriğe sahip değildir. 2007 yılında David Karb Tumblr platformunu kullanıma açmıştır. İOS ve Android cihazlardan kullanılabilir olması okullarda bu platformun kullanımını zorlaştırmaktadır. Fakat bu cihazlara sahip olunan ortamlarda blog olarak kullanılabilir. Sınıf içi ve dışındaki etkinliklerde resimleri, videoları, ders notlarını, soruları, ödevleri bu blogda paylaşılabilir grup içi çalışmalar yapılabilir.

En gelişmiş elektronik ağlardan biri e-mail elektronik posta ağıdır. Bilginin hızlı güvenli olarak yayılmasında e posta sisteminden yaygın olarak faydalanılır. Bilgiyi gönderme, mesajları okuma, gelen mesajları yanıtlamanın yanında daha birçok hizmet vererek kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurmalarını hızlandırmıştır. Aynı zamanda haberleşmede bilginin kısa sürede çok geniş kitlelerle bilgiyi ulaştırmada e posta kullanılmaktadır. (Altun, 2006).

2.1.20. Sosyal İmler Siteleri

Sosyal medyada favori linklerin paylaşılması amacı ile site içerlerinin eklenmesi paylaşılmasıdır.

2.1.20.1. Digg

Kullanıcıların kendilerinin tasarladığı ve kontrol ettiği sosyal medya platformudur. İçerik kontrollerini internet kullanıcıları düzenlemektedir. Kullanıcılar

ilgilerini çeken içerikleri Digg üzerinden paylaşabilir. Platformun arama kutusu Google arama kutusu ile benzer yapıdadır.

2.1.20.2. Delicious

Yeni sitelere ulaşmak ve keşfetmek, bağlantıları paylaşmak için kullanılmaktadır. Sık kullanılan web siteleri depolanmak saklamak ve yeni siteleri keşfetmek için kullanılır. Digg ile benzer tasarım yapısı göstermektedir.

2.1.20.3. Stumbleupon

Fotoğraf ve video eklenebilen sitedir. Like ve dislike butonuna sahiptir. Sayfalar tek tek eklenmektedir. Yeni yaratıcı sitelere ulaşabilme imkanı sunar.

2.1.20.4. Linkibol

Kendi yazdıklarınızın, paylaşımlarınızın beğenilmesi, okunması için tasarlanmıştır.

2.1.21. Gerçek Zaman Uygulamaları (Real Time Applications)

İnternet gerçek zamanda yapılan faaliyetlerle de iç içedir. Çeşitli üniversite öğrencilerinin kullanımına sınılan uygulamalar “Etkileşimli oyunculuk benzetimleri” gibi çeşitli uygulamaları çevrimiçi programlardan yararlanarak gerçekleştirmelerine fırsat sunar (Altın, 2006).

Sosyal ağların tümü iyi tasarlanmış eğitim çalışmalarında da kullanılabilir. Özellikle eğitim çalışmalarına yönelik olarak tasarlanmış sosyal ağlar da bulunmaktadır. Bu sosyal ağlardan birkaçı Gloster, Teachem, Dropbox, Edcenvas, Beyazpano, Edshelf, Edublogs, Edmodo’dur (Polat ve Saban, 2013).

2.1.22. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımında Öğrenci Öğretmen İletişimi

Bireyin kişilik gelişiminde iletişimde öğretmenlerini model olarak almaktadır. Öğretmenler aracılığı ile öğrencilerin ilgi alanları, alışkanlıkları, zaman değerlendirme biçimleri iletişimleri şekillenmektedir. Öğrenciler akranlarını örnek

almalarına rağmen öğretmelerini rol model olarak görür ve davranışlarını bu biçimde şekillendirirler ve kişilikleri tutum ve davranışları bu şekilde oluşur (İnceoğlu, 2011).

2.1.23. Diğer Ülkelerde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

Bugüne kadar internet ve sosyal medya ile ilgili yapılan araştırmaların sonucunda 2014 yılının yarısından sonra dünyada internet kullananların 3 milyarı aştığı görölmüştür. Kıtalara göre sınıflandırıldığında “Asya’da kullanıcı sayısı 1 milyar 300 bin, Avrupa’da 582 milyon, Latin Amerika’da 320 milyon, Kuzey Amerika’da 310 milyon, Afrika’da 297 milyon, Orta Doğu’da 111 milyon ve Avustralya’da 26 milyon’u bulmuştur. 2000 yılına göre büyüme oranlarında ise ilk sırada Afrika %6,498 ile yer almaktadır. Büyüme oranları Orta Doğu’da %3,303, Latin Amerika’da %1,672, Asya’da %1,127, Avrupa’da %1,112, Avustralya’da %251 iken son sırada Kuzey Amerika %187 büyüme ile yer almıştır (İnternet Kullanıcı İstatistikleri 2014).” (Sağıroğlu ve Evrensel, 2015).

Avrupa’da yapılan çalışmalarda çocukların internet ve mobil iletişim teknolojilerini kullanımlarına yönelik araştırmaların sayısı ülkelere göre farklılık göstermektedir. 33 ülkeyi çalışmasına dahil eden rapora göre özellikle Türkiye, Almanya ve İngiltere çocukların interneti kullanımlarının en fazla araştırıldığı ülkelerdir. Bu alanda yapılan araştırmaların sayısının artış göstermesine rağmen birçok konuda henüz yeterli derecede araştırma bulunmadığı vurgulanmaktadır. Yeterli olmayan konuların en başında, çok küçük yaştaki çocukların internet ve mobil teknolojilerinden ne şekilde yararlandıkları, bu teknolojileri çocukların çevrimiçi uygulamalarda nasıl kullandıkları, çocukların çevrimiçi kullanımlarında tehlikelerle karşılaşma ihtimallerine karşı nasıl tepki gösterdikleri ile güvenli internet kullanımında öğretmenlerin arkadaşlarının ve velinin görevleri bulunmaktadır (Baştürk ve diğ., 2015).

2.1.24. İnternet ve Sosyal Medyanın Avantajları

İnternet ve sosyal medyanın kullanımı çocuk ve gençlerde farklılık göstermektedir. İnternet ve sosyal medya kullanımında birçok risk ve tehdit

bulunmaktadır. Bu risk ve tehditler dolayısıyla gençlerin ve çocukların internet ve bilgisayar kullanımlarının nasıl olduğu önem kazanmıştır (Çelen, Çelik ve Seferoğlu 2011). İlköğretime devam etmekte olan çocuklarda internet kullanımındaki temel amaç olan oyun gençlerde yerini daha çok bilgi edinme haberleşme iletişim kurma gibi çeşitli faaliyetlere bırakmaktadır. İnternet olumlu ve olumsuz yönleri bir arada içinde tutan yapıda olması olumsuz yönlerini en az seviyeye indirerek internetten yararlanmayı öğrenmek gerekmektedir.

İnternet ve sosyal medya kullanımının her bireyde aynı etkiyi göstermesi beklenmemelidir. Özellikle gençlerin ve çocukların zeka gelişimleri üzerinde çelişti etkileri olduğu birçok kaynakta belirtilmektedir. İnternet ve sosyal ağlardan zihni canlandırarak, düşünmeyi ön plana alacak şekilde yararlanılırsa kişiler üzerinde olumlu etkide bulunduğundan söz edilebilir. Çocuklar ve gençlerin internet ve sosyal ağlarla ilgili tutumları gözden geçirildiğinde internet ve sosyal ağların çeşitli aktivitelerde kullanılması, web sayfası tasarlanması, karşısındaki kişiye kendini ifade edebilmesi gibi çeşitli uygulamalar onların farklı niteliklerinin ortaya çıkmasına yardımcı olur. İnternet ve sosyal medya iletişim açısından olumlu ve olumsuz etkilere sahiptir.

2.1.25. İnternet ve Sosyal Medyanın Dezavantajları

İnterneti resmi kurumlar ve devlet kurumları denetleyerek ve internette güvenli olmayan sitelere girişi kısıtlayarak kişilere güvenli internet ortamı sağlamayı amaçlamaktadır. Fakat güvenli internet ortamı sağlanırken tarayıcılar internette zararlı olmayan birçok bağlantıyı da kısıtlamaktadır. Her denetim ve yapılan analizler güvenli ve güvenli olmayan internet sitelerini birbirinden ayırt edememekte çoğu güvenli olmayan siteler olmasına rağmen güvenli internet sitelerinin girişini de engellemektedir. Bu da internet tarayıcılarının güvenilirliğini düşürmektedir.

Birçok toplumlarda internet ve sosyal medyayı etkili ve verimli şekilde kullanarak ve onlardan en iyi şekilde yararlanarak eğitim öğretim ile sosyal medya arasındaki bağ kurulmaya çalışılmıştır (Utku, Başibüyük, 2015). İnternet ve sosyal medyanın hayatın içine bu denli dahil olması toplumların yaşantılarına davranışlarına

ve kazanımlarına önemli ölçüde farklılıklar getirecektir. Var olan gelişmelerle beraber gerilemeler de görülecektir. Özellikle gençlerin çevresi ile iletişimi gittikçe azalacak ve neredeyse durma noktasına gelecektir. İletişimin azalması da birbirini anlayamama sorunlara çözüm üretememe ve bireyleri yalnızlaşma ile karşı karşıya getirecektir. Bu tehlikelerle karşı karşıya gelindiğinde özellikle gençlere çocuklara psikolojik yardımda bulunmak için düzenlenmiş geniş çaplı bir kuruluşun bulunmamaktadır (Baştürk ve diğ., 2014).

İnternet ve sosyal medya kullanımında en büyük sıkıntılardan biri ekonomik engellerdir. Eğitim sisteminde yapılacak teknoloji destekli uygulamalar tasarlanırken internet ve sosyal medya çalışmalarının maliyeti de düşünülmelidir. Her öğrencinin erişim sağlayabileceği ulaşılabilir teknolojilere ağırlık verilmelidir. İnternet ve sosyal medya kullanımı ile eğitim ortamının genişlemesi konunun tekrar tekrar izlenebilmesi çok uzaktaki uzman öğretmenlerden ders alınabilmesine daha düşük maliyetlerle karşılanabilmektedir.

İnternet ve sosyal medyanın olumsuz etkisi olarak diğer kişilerin bilgilerini ele geçirme, kurum ve kuruluşların bilgilerine sahip olmak için yasadışı uygulamalarda bulunma, siber suçlar olarak adlandırılan fiillerde bulunmadan söz edebiliriz. Özellikle gençlerin tanımadıkları kişilerle internet ve sosyal ağlar yoluyla iletişim kurmaları endişe verici çok ciddi bir sorundur. Ailelerinden kopuk olan gençler çevrelerindeki tehlikeli insanlarla bilinçsiz şekilde iletişim kurabilmekte ve suça yönlendirilmektedir (Altın, 2006).

İnternet ve sosyal medyada fazla zaman geçirmenin fiziki etkileri de görülmektedir. Görme bozuklukları, uzun süre hareketsiz kalmaya bağlı olarak kireçlenme ve vücudun iskeletinde bozulma, uzun süre radyasyona maruz kalma gibi olumsuz etkiler gösterebilir.

Gençler ve çocuklar arasında en yaygın olarak kullanılan oyunların bazıları şiddet içerikli olmaları nedeni ile sosyal sorunların meydana gelmesini şiddetin yayılmasına ve çevrelerine zarar vermelerine neden olabilir. Özellikle çocukların taklit yetenekleri yüksektir çevrelerinde oyunları gerçek hayatlarına yansıtarak

kendilerini ve çevrelerini yaralamalarına neden olabilir. Ayrıca bu oyunları hazırlayan yazılımcılar diğer kişilerin bilgilerine ulaşarak bilgilerine zarar verebilir, bilgilerini kalıcı olarak silebilir, bilgilerini çalabilir. Bu şekilde farkında olmadan verilerinin tümünü kaybedebilirler.

Lise öğrencileri üzerine yapılan bir deneyde evdeki bilgisayarlara internet bağlantısına kurulduktan ve internet ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasından sonra ders başarılarında düşüş gözlemlenmiştir. Ayrıca sosyal yönden mesleki işlev bozukluklarına yol açtığı belirtilmektedir. Yönetilmeyen zaman, geç saatlere kadar internet kullanımı ertesi gün performans düşüklüğüne sebep olmaktadır (Özmenler, 2001).

2.1.26. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medya Yönelik Algıları ve Tutumları

Tutumlar şekillenirken zihinsel öğeler, bilişsel öğeler yaşamsal deneyimler arkadaş çevrelerinin deneyimleri, kişinin bilgi birikimi önemli yer tutmaktadır. Kişilerin düşünce yapıları farklı durumlarda kişileri ve nesneleri algılamalarını etkilerken farklı uyaranlara karşı tutumları da farklılık gösterir. Bireyler çevresi ile iletişimde bilişsel öğeleri kullanır. Tutumlar bireyin genellikle çevresi ile ilgili uyaranlara yaşamsal deneyimlerine ve bilgisine dayanır. Kişi durumu ve nesneyi kendisine göre yorumlar. Yorum yapılmayan yeterli bilgiye sahip olunmayan konularda tutum oluşmaz. Bilgi ve tutum yaşamsal deneyimler sonucu değişim gösterir. Tutum bilginin gerçekle bağlantılı olduğu kalıcılığı artar ya da azalır. Bilginin farklılaşması tutumun da farklılaşmasını sağlayan etmenlerden biridir (İnceoğlu, 2011). Bilginin arttığı toplumsal iletişim sürecinde internet ve sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşması özellikle öğrencilerin kendilerini ifade etmelerini internet ve sosyal medyanın sunduğu interaktif etkileşim imkanlarını fazlasıyla kullandıklarını göstermektedir. Özellikle öğrencilerin İnternet ve sosyal ağlar konusunda her konu ile ilgili bilgi sahibi oldukları ve en çok kullandıkları platform olarak internet ve sosyal ağlardan söz edilebilir. Ayrıca internet dendiğinde öğrencilerin ilk algıladıkları platformun sosyal medya olmasında öğrenciler arasında internet ve sosyal medya kullanımının etkili olduğu ve internet erişiminden en çok sosyal medyayı kullanmak için yararlandıkları görülmektedir (Göksu, 2016).

2.1.27. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medya Kullanımının Etkileri

İletişim teknolojileri kapsamında medya ortamları öğrencilerin ve öğretmenlerin bu konu ile ilgili alanlarında özellikle internet ve sosyal medya konusunda onlara nelerin katkı sunabileceği nelere dikkat edilmesi gerektiği hangi konulara hassasiyetle yaklaşılmasının şart olduğu üzerinde durulmalıdır. İnsanoğlunun binlerce yıllık bilgi birikimi olan yazılı kaynak ve metinlerin göz ardı edilmeden kullanılması internet ve sosyal medya ile bu kaynakların karşılaştırılmasının dikkatli yapılması gereklidir. İnternet ve sosyal medyadaki her bilginin körü körüne kabul edilmemesi kaynağının araştırılması gereklidir. İnternet ve sosyal medyanın kişiler üzerindeki bıraktığı etkiye bakılarak özellikle bu konuya hassasiyetle yaklaşılması gerekmektedir. Özellikle eğitimde yararlanılacak kaynakların bu kaynakları kullanacak olan kişilerin ve bu eğitimden fayda sağlayacak öğrencilerin ve bu eğitimden etkilenecek nesillerin özelliklerine yönelik çalışmaların yapılması gereklidir.

İnternet ve sosyal medyadan yararlanmanın çocuklar üzerinde çeşitli etkileri bulunmaktadır. Çocuklarda duygusal alanda, psiko- motor alanda, bilişsel gelişimde, öğrenmeye yönelik eğilimde, duygusal alanda olumlu etki sağladığı belirtilmektedir (Akkoyunlu ve Tuğrul, 2002). Bilgisayar ve internetin uygun şart ve koşullar içerisinde sosyal iletişimi arttırdığı konuşmada akıcılığı sağladığı, uzun ve açıklayıcı cümleler kurmaya yardımcı olduğu, motor gelişime yararlı olduğu, keşfedebilme, probleme çözüm getirebilme, karar verme gibi bilişsel özellikleri geliştireceği öğrenme ve öğrendiklerini sunmaya yardımcı olacağı ifade edilmiştir. Bu şekilde çocuk ve gençlerin merak duygusu gelişecektir. İnternette strateji oyunları oynamak web sayfası tasarlamak gibi aktiviteler çocuk ve gençlerin düşünce yapısını olumlu yönde geliştirdiği kendi yeteneklerini keşfetmelerine fırsat tanıdığı belirtilmiştir. İnternette araştırmalarda yararlanmak, kelime işlemci olarak interneti kullanmak, videolar, sunumlar tasarlamak için kullanılan internet okulda ve günlük hayatta önemli katkılar sunabilir. İnternette düşünce gücünü, yaratıcılığı sabrı ve beceriyi geliştirici oyunlar da mevcuttur (Palmer, 2013). İnternet aynı zamanda hayal gücü,

ifade yeteneği, tahmin edebilme özelliğinin de gelişiminde olumlu etkisi bulunmaktadır (Yıldırım, 2014).

Avrupa Çevrimiçi Çocuklar (EU Kids Online) Projesi'nin (2010) Türkiye verilerine göre 9-16 yaş arasında olan çocukların %33'ü hemen hemen her gün, %53'ü haftada bir yada birkaç kez, %11'i de ayda birkaç kez, %4'ü ise daha az sıklıkla interneti kullandığını açıklamıştır. Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu'na (2011) göre araştırmaya katılan çocukların %38,4'ü "her gün bir kere", %30'u "her gün bir kereden fazla" ve %23'ü ise "haftada bir kereden fazla" internetten yararlanma sıklığı görülmüştür. Bunlarla beraber yetişkinlere göre daha korumasız yapıya sahip olan çocukların yaşamlarında internet ve sosyal ağların nasıl etki bıraktığının araştırılması gereklidir. İnternet ve sosyal medya kullanımını bilmenin koşulu olan teknolojinin nerede, nasıl kullanıldığını belirleyen şartlardan biri de teknoloji okuryazarlığa sahip olabilme özelliğidir (Tor ve Erden, 2004).

2.1.28. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medyaya Kullanımında Arkadaşları ile İletişimine Yönelik Algı ve Tutumları

İnternet ve sosyal medya kullanımı kişilerin özelliklerine, hedeflerine, bakış açılarına, ufkuna, merak duygusuna, çevresine, ihtiyaçlarına, görevlerine, sorumluluklarına ve bunlar gibi birçok değişkene bağlı olarak çeşitlilik gösterir. İnternet ve sosyal medya kullanımı amacı ne olursa olsun fazla kullanımı boşa harcanan zamanın dışında kişilerin sorumluluklarını aksatmalarına, çevrelerinden ve ailelerinden uzaklaşmalarına neden olur. Ayrıca kişilerin gittikçe yalnız ve amaçsız bireyler olmalarının yolunu açar. Kendi çevreleri ile iletişimleri azalarak asosyal kişi haline dönüşürler. Bu şekilde toplumsal görevlerini aksatarak toplumda yaşamalarının zorlaşacağı düşünülmektedir.

2.1.29. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medyaya Kullanımında Öğretmenleri ile İletişimine Yönelik Algı ve Tutumları

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler daha çok toplumların ilgi ve ihtiyaçları göz önünde tutularak özelden çok genele hitap etmeye yönelik gelişmeler gösterir. Günlük yaşamda kişiler birçok faktörle doğrudan ya da dolaylı biçimde ilişki halindedir. Kişiler çevresindeki bazı nesneler ile doğrudan bağlantı kurarlar bazılarında ise kaçınırlar. Bu eylemlerinde algı ve tutumlarının onları yönlendirmesinden söz edilebilir.

İnternet ve sosyal medyanın iletişimdeki sınırların ortadan kaldırması, anında düzeltme ve pekiştirme fırsatı sunması, karşılıklı etkileşime fırsat sunması gibi boyutlara önem verilmelidir. İnternet ve sosyal medya sınırlandırmaları ortadan kaldırmış ve bireyleri toplumda iç içe olmalarına katkı sunmuştur. Bu şekilde özellikle çocuklar ve gençlerin özgüvenlerinin olumlu yönde gelişeceği öngörülmektedir. Özellikle öğretmenlerin internet ve sosyal medya kullanımına yönelik tutum ve davranışları, farkındalıkları, öğrencilerin davranışlarına da etki edecektir (Aşkar ve Altun, 2006).

2.1.30. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medyaya Kullanımında Ailelerin Algı ve Tutumları

Kişi bebeklik döneminden itibaren öncelikle ailesi ile iletişim içindedir. Çocuklar ilk olarak ailedeki bireyleri gözlemler ve ailesinden etkilenir. Bireylerin bebeklik döneminden itibaren başkaları ile iletişim kurma özelliği sosyal kişiliğini belirler. Bireyin sosyal kişiliğinin gelişmesi gruplara dahil olması toplumsallaşma süreci ile kişilik gelişimini biçimlendirir.

İnternet ve sosyal medyanın çok fazla kullanımı ve internet bağımlılığı öğrencilerin dışında onların ailelerini de zor durumlarla karşı karşıya getirmektedir. Sanal dünya ve bilgisayar oyunları ile öğrencilere ciddi zararlar verebilmektedir. Ailelerin çocuklarını yönlendirmeleri internet bağımlılığına karşı tedbir alabilmeleri gerekmektedir (Karacaoğlu, 2009). İnternet ve sosyal medya kullanımında ailelerin

sürecin içinde aktif görev almaları gerekmektedir. Türkiye’de çocukların velilerinin üçte ikisi internet okuryazarlığında yeterli bilgiye sahip değildir (EU Kids Online 2010). Ailelerin %35’inin sosyal paylaşım ağlarının güvenlik ayarlarını nasıl kullanacaklarını bilmemektedir.%23’ü ise güvenlik ayarlarından haberdar değildir.%38’i sanal zorbalık konusunda çocuklarına bilgi vermedikleri,%53’ünün ise aile koruma şifresinden yararlanmadığı gözlenmektedir (Tokel ve diğ., 2013).

4 ve 5. sınıf öğrencilerinin velilerinin yarısından çoğu internet kullanımında çocuklarına kural koymadığı ve yoğunluğunun interneti etkili ve verimli kullanımı konusunda çaba sarf etmediğini belirtmiştir (Ersoy, Yaşar, 2003). Öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanım alanları konusunda olumlu biçimde yönlendirilmesi ileriye yönelik çocuk ve gençlerin akademik başarılarında sosyal yaşantılarında karşılaşacakları olumsuzluklara yönelik tedbir alabilme ve bu alanlarda geleceğe yönelik katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

2.1.31. Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Medyaya Kullanımında Çevresi ile İletişimine Yönelik Algı ve Tutumları

Öğrencilerin arkadaş çevresi, okulu, ailesi kişilik gelişiminde etkilidir. Kişilik gelişiminde özellikle öğrencilerin arkadaş çevresinin etki miktarı grupların yapısal özellikleri ile bağlantılıdır. Bireyin tavır ve davranışları onun kişilik yapısında tutum ve algısında etkiye sahiptir. Grup öğrencinin ait olduğu alt kültür altında yapılanmış gelenek göreneklere bağlı ise grup dinamiği oldukça güçlüdür ve kuralları katıdır. Grup daha esnek ve değişime açık ise grubun öğrenci üzerinde etkisi de azalır(İnceoğlu, 2011).

2.1.32. İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumlarla İlgili Araştırmalar

İnternet ve sosyal medyanın kullanımı ile ilgili Ankara’da 23 internet kafede 245 internet kullanıcısı ile yapılan “İnternet Kafelerdeki İnternet Kullanımı ve Sanal Sosyal İlişkiler: Ankara Örneği” konulu araştırmada internet kafelerde internet ve sosyal ağların kullanımının sosyal izolasyona neden olmadığı hatta kişiler arasındaki bağların arkadaşlık ilişkilerinin daha da güçlendiğinin ve gruba dahil olma grupla

hareket edebilme davranışının geliştiği internet kullanımının kişilerde internet bağımlılığına neden olmadığını ortaya koyulmuştur (Baran ve Kuloğlu, 2001).

İnternet kullanımı ile ilgili “İnternet Kullanımının Gençlere Etkisi (Kastamonu ili örneği)” adlı yüksek lisans tez çalışmasında internet ve sosyal ağları kullanan gençlerin internet ve sosyal ağları kullanım amaçlarının ne olduğu internetin aileleri ve gençleri nasıl etkilediği ve bu konuda neler yapılmasının gerekli olduğuna değinilmiştir. Tarama modelinde yapılan tez çalışması internette zaman geçiren interneti kullanım sebeplerine, gençlerin sosyal çevrelerinde farklılık olup olmadığına, ne ölçüde internet ve bilgisayardan yararlandıklarına, ailelerin internet ve bilgisayar alanındaki bilgi düzeylerine bakılmış internet dolandırıcılığı gibi tehlikelere, bilişim suçlarına yönelmeyi kolaylaştırıp kolaylaştırmadığı ile ilgili görüş alınmıştır (Altın, 2006).

Kastamonu ilinde İl Milli Eğitim Bakanlığına bağlı orta öğretim kurumlarında öğretim gören 1-2-3. Sınıflardaki 14-18 yaş grubu 400 genç üzerinde yapılmıştır. Araştırmacının geliştirdiği “İnternetin Gençler Üzerindeki Etkilerini Değerlendirme Anketi” öğrencilere uygulanmıştır. Çalışmada sonuç olarak özellikle internetin sağladığı imkanlardan bilgileri ile orantılı şekilde yararlandıkları okuldan ve ailelerinden bu alanda yerleri derecede fayda sağlayamadıkları, bilgilendirilmedikleri, internetin gereğinden çok kullanımının gençleri farklı yönleri götürebileceği aynı zamanda internetin sosyal yaşantıda önemli yeri olduğu ve kullanılmasının gerekli olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca internet kullanımının gençlerin araştırmacı yönünü ortaya çıkardığı, internetin etik kurallar çerçevesinde kullanılmasının yarar sağladığı sonucu elde edilmiştir (Kaya ve Kurnaz, 2010).

Ulaştırma bakanlığı internet kurulu tarafından ODTÜ ile Bilgi Teknolojileri İletişim Kurulu TİB’in yürüttüğü ortak çalışmada 9-16 yaş gurubu “Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları” konulu çalışmasının Şubat 2011 tarihli raporunda çocukların %70’inin en az günde bir sefer internetten yararlandığı belirtmiştir. Çocukların %66’sının en az günde bir sefer sosyal ağ sitelerindeki paylaşımları takip ettiği ve ortalama olarak 72 dakikalık zamanlarını internet ve sosyal ağ sitelerinde geçirdiklerinden bahsedilmiştir. Yapılan bu

çalışmada çocukların sosyal ağlarda daha fazla zaman harcadığı belirtilmiştir. Sosyal medyada fazla zaman geçiren çocukların bu alandaki tutumlarının yüksek çıkması sosyal medya sitelerinin kişiler üzerinde etkisinin yüksek olduğunu göstermektedir.

“Özel Okullarda Öğrenim Gören İlköğretim Öğrencilerinin İnternete Yönelik Tutum Ve Düşünceleri” isimli Gürgün ve İşman (2008)’in çalışmasında öğrencilerin internete yönelik tutum ve düşünceleri onların internet kullanımlarında etkili olduğunu göstermektedir. Aynı çalışmada öğrencilerin her gün rutin olarak internet sitelerini kullananlar ile ayda bir kez internet sitelerini kullananlar arasında anlamlı bir farkın meydana geldiğinden de söz edilmiştir. Gürgün ve İşman (2008)’in çalışmasında ayrıca örnekleme yer alan öğrenci grubunun % 63,7’sinin sosyal medya sitelerinde her seferde 10-60 dakika kadar süreyi , % 22,7’sinin % 63,7’sinden 1-2 saat daha fazla süreyi sosyal medya sitelerinde geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Subrahmanyam, Reich, Waechter ve Espinoza (2008) tarihli çalışmada sosyal ağ sitelerini kullananların %25’i günlük birkaç kez bu sitelerde zaman geçirdiklerini ifade etmişlerdir. %36 sı gününün 30 dakikasını veya 30 dakikadan az bir zaman dilimini, %18’i gününün 1 saatini %10’u bir gününün 2 saatinden fazlasını sosyal medyada kullanmaktadır.

Vural ve Bat (2010) çalışmalarında da çalışmaya katılanların %50 den fazlası günlük olarak sosyal ağlarda zaman geçirdiklerini özellikle öğrencilerin sosyal ağlarda daha fazla zaman harcadıklarını ifade etmiştir.

ODTÜ ve TİB (2011)’in raporundan elde edilen sonuçlara göre çocukların günlük hayatlarını da olumsuz şekilde değiştirmiştir. Çocuklar sosyal ağların günlük hayatlarını olumsuz şekilde değiştirdiğini kabul eden çocuklar yaklaşık %60 lık dilime tekabül etmektedir. Çalışmaya dahil edilen çocukların % 25’i de aileleri yakın çevreleri ve arkadaşlarına yeterli zaman ayıramadıklarını ifade etmişlerdir.

“İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanım Becerilerini Belirleme” adlı Çelik (2012) tarihli raporda ise ilköğretim öğrencilerinin internete fazla zaman

ayırmaları nedeni ile ders dışı faaliyetlerine kitap okumaya ve ev dışında oyun oynamaya daha az zaman ayırdıkları ifade edilmiştir.

“Lise öğrencilerinin internet bağımlılığını yordayan değişkenlerin incelendiği” Turnalar, Kurtara(2008)’in çalışmasında yalnızlıkla internet bağımlılığının ilişkisi araştırılmış yalnızlığın internet bağımlılığını arttırdığı bu nedenle kişilerin daha az sosyalleşmeye başladığını belirtmişlerdir. Sosyal medyaya yönelik öğrencilerin tutumları ile sosyal medyaya evlerinden, internet kafelerden veya başka bir yerden bağlanmaları ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasında herhangi bir ilişki elde edilmemiştir.

Sosyal medya bağımlılığına yönelik Hazar(2011)’in çalışmasında sosyal medya kullanıcılarının %76’sı Facebook, %7,3 ’ü Youtube, %4’ü Twitter kullandığı ifade edilmiştir.

Ergenç (2011)’in öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmasında sosyal ağları kullanan öğrenciler Facebook profillerini her gün kontrol ettiklerini belirtmişlerdir. Facebook %78,8 kullanım oranına sahip olduğu daha sonra Facebook ‘u Twitter ve Youtube takip etmektedir. Facebook’un kişisel yaşantının bir parçası haline gelmesi ve günlük işlerden biri olarak kabul görmesinin nedeni daha fazla kişinin Facebook profiline sahip olması kendi kişisel profillerini düzenlemelerine imkan tanınması kişisel fotoğraflarını,videolarını, yazılarını bir arada toparlayabildikleri bir arşiv niteliği taşıması ve daha çok kişiye hitap edecek şekilde yazılımın düzenlenmesinden söz edilebilir.

Yapılan araştırmaların hemen hemen tümünde birbirine benzer sonuçlar elde edilmiş ve zamanın bu denli kısıtlı ve yoğun geçtiği çağımızda sözü edilebilir bir zamanın internet ve sosyal ağlara ayrıldığı özellikle öğrencilerin bu platformlarda zaman harcadığına yer verilmiş ve vurgulanmıştır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırma yöntemi, Ölçme aracının belirlenmesi, veri toplama araçları, kişisel bilgi formu, , sosyal medya tutum ölçeği, verilerin toplanması, verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması, süre ve olanaklar, evren örnekleme yer verilmiş ilgili açıklamalar yapılmıştır.

3.1. Araştırmanın Yöntem ve Sınırlıkları

Çalışmanın kuramsal kısmından sonra internet ve sosyal medyaya yönelik algı ve tutumların incelenmesi amacı ile internet ve sosyal medyayı günlük yaşantıları içinde en çok kullanan yaş gurubu olan lise öğrencilerinin algı ve tutumlarının incelenmesi amacı ile bu çalışma hazırlanmıştır. Anket formu ile yapılan araştırma sonucunda görüş, fikir ve kanaatlerin doğrudan elde edilmesi mümkündür(Türkdoğan, Gökçe, 2015). Literatür çalışmasında elde edilen verilerin çoğunda internet ve sosyal ağları kullananların algı ve tutumlarının konu ile ilgili deneyimlerinden daha net biçimde çıkarımlarda bulunabilmek için anket çalışmasından yararlanıldığı söylenebilir. Çalışma içeriğinde internet ve sosyal medyanın lise öğrencilerinin internet ve sosyal medyaya yönelik algı ve tutumları incelendiğinde uygulanan yöntemin ve anketlerden çıkarılacak sonuçların doğru ve güvenilir şekilde elde edilmesi oldukça önemlidir.

Geçmiş dönemde veya o anda var olan durumun var olduğu biçimi ile tanımlamayı amaçlayan konu olan durumu ve bu durumdan etkilenen bireyi mevcut durumu değiştirme etkileme amacı gütmeyen belirlemek amacı ile yapılan tarama modeli İlişkisel tarama modeli olarak adlandırılmıştır (Karasar, 2010). Konuya ait veriler, ilişkiler, bağıntılar ve mevcut durum incelenerek var olan kaynakların ışığında İlişkisel tarama modelinde nicel çalışma hazırlanmıştır. Bir araştırmanın hazırlık aşamasında kullanılacak yöntem teknik ve araştırma modelinin seçimi

yapılmaktadır. Araştırmanın hangi modelle yürütüleceğine benzer araştırmaların ışığında karar vermek bu süreçte araştırmacıya fayda sunar. Araştırmada konuya, kullanılan yöntem ve tekniğe, amaç ve alt amaçlara dikkat edilmeli hiçbir faktör göz ardı edilmemelidir (Aslantürk, 2008). Araştırmada kullanılan kavram da değişkenlerdir.

Bu araştırmanın içerisinde ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Lise öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik algı ve tutumu puanlanmıştır. Demografik bilgi anketi sonuçlarından, sosyal medya kullanım nedenleri anketi sonuçlarından, sosyal medya tutum ölçeği sonuçlarından yola çıkarak elde edilen bulgular değerlendirilmeye ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Söz edilen bu çalışmada bağımlı ve bağımsız değişkenlere yer verilen bu modelde lise öğrencilerinin yaş, cinsiyet, bölüm, öğrenim gördüğü okul türü, gelir durumu, ne kadar süredir sosyal medya kullandıkları, sosyal medya kullanım sıklıkları, sosyal medya sitelerine girdiklerinde harcadıkları süre, sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamlardan bağlandıkları, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok hangi araçları kullandıkları, en çok hangi sosyal medya sitelerini kullandıkları araştırmanın bağımsız değişkeni iken; “Ortaöğretim öğrencilerinin internet ve sosyal medyaya yönelik algı ve tutumları” araştırmanın bağımlı değişkenini oluşturmaktadır.

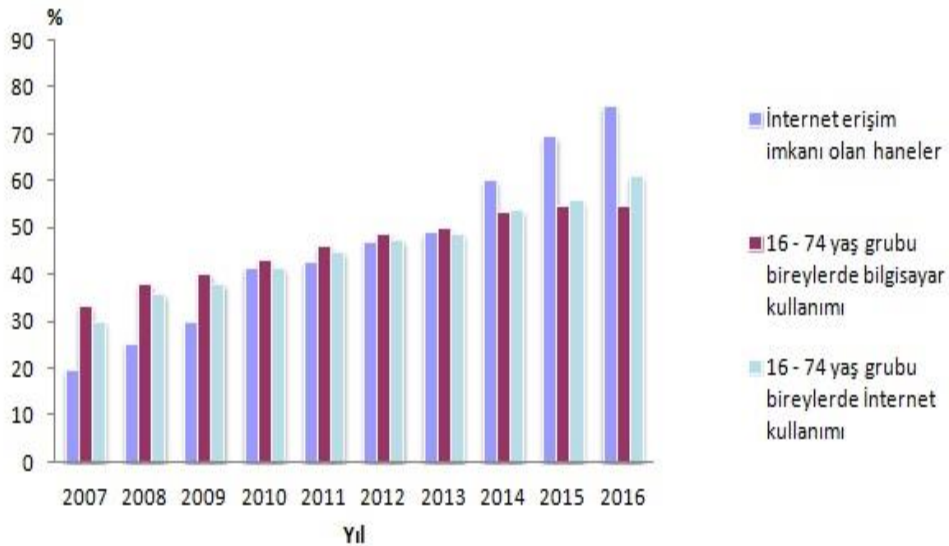
Bugün bilimsel çalışmalar farklı kademelerde kurum ve kuruluşlar tarafından yürütülmektedir. İnternet ve sosyal medya ve benzer konularla ilgili gibi konu eğitim, psikoloji sosyoloji gibi birçok konuda araştırma ve pilot deneme yapılmaktadır. Bu konuyla ilgili sorunların çözümüne yeni yöntemler, teknikler ve araçlar geliştirmek için konunun bilimsel yöntemlere de dayandırılarak araştırma alt yapısının sağlanması gerekmektedir. Bilimsel yöntemle teknolojik gelişmeler sistemin kontrollü gözlemlerle ilerlemesine yardımcı olur. Araştırma bulguları bilimsel yöntemlerle elde edildiğinde gerçekliğini korur ve şüpheye yer bırakmayacak nitelikte tutarlılık gösterir. Bilimsel yaklaşım araştırma yapma bulguları ortaya koyma bulgulara dayanarak sistemli kontrollü gözlem veya ölçek gibi araçlarla sonuçlar elde edilir. Bilimsel yaklaşım kısa sürede sonuca götürmez

fakat kullanılan bu yöntemin tutarlılığının, geçerliliğinin yüksek olması beklenmektedir.

Soruların yer aldığı bilgi formu Amasya İl merkezinde belirlenen okullardaki lise öğrencilerine uygulanmıştır. Elde edilen veriler daha sonra Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) programında analiz edilerek yorumlanmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

İnternet ve sosyal medya kullanımında evren olarak lise öğrencilerinin seçilmesinde yapılan çalışmada internet ve sosyal medya kullanımı konusunda en fazla eğilim gösteren genç nüfusun olmasına dayandırılarak çalışma yapılmıştır. TÜİK 2014 raporlarından elde edilen verilere göre Türkiye’de en fazla internet ve sosyal medya kullanımının %73 ile 16-24 yaş aralığı olduğu görülmektedir (TÜİK, 2014). Buna benzer şekilde dünya genelinde yapılan uygulama çalışmalarda sosyal medya sitelerinin içeriklerinin paylaşımında %81’i genç nüfusun %74 ün ise yüksek eğitim kurumlarından mezun olmuş kişilerden oluştuğu gözlenmiştir (İpsos,2013).



Grafik 1.1:TÜİK Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, (TÜİK. 2016)

Bunlarla beraber çalışmada evrenin belirlenmesi sürecinde sınırlılıklar zaman maliyet gibi özellikler dikkate alındığında bir ilde lise öğrencilerine ulaşmanın daha güvenilir ve kolay bir seçim olmasının etkisi de vardır. Araştırmanın evreni olarak belirlenen lise öğrenci sayıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Anket formunun dağıtımında örneklemin evreni temsil edecek biçimde olması için Amasya il merkezindeki öğrenci sayıları göz önünde tutularak hesaplama yapılmıştır. Evren kapsamında lise öğrencilerinin sayısı Amasya Milli Eğitim Müdürlüğü'nün güncel web sayfalarından elde edilmiş okul müdürlüklerinden de bu bilgi teyit edilmiştir.

Tablo 3.

Amasya'da Bulunan Lise Öğrencilerin Dağılımları

Okul Adı	Öğrenci Sayısı
12 Haziran Anadolu Lisesi	490
Alptekin Anadolu Lisesi	501
Amasya Anadolu İmam Hatip Lisesi	930
Amasya Anadolu Lisesi	567
Amasya Güzel Sanatlar Lisesi	195
Amasya Spor Lisesi	107
Amasya İmam Hatip Ortaokulu	342
Amasya İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	209
Amasya Lisesi	547
Amasya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	1.609
Amasya Sabuncuoğlu Şerefeddin Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	448

Amasya Sosyal Bilimler Lisesi	386
Amasya Türk Telekom Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	389
Atatürk Anadolu Lisesi	1.314
Aydınca Çok Programlı Anadolu Lisesi	130
Bülbül Hatun Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi	490
İldeş Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	997
Macit Zeren Fen Lisesi	333
Osman Yıldırım Özel Eğitim Mesleki Eğitim Merkezi (Okulu)	59
Torumtay Mesleki ve Teknik AnadoluLisesi	535
Toplam	10.578

Bu verilerden elde edilen bulgulara göre araştırma evrenini gösterir tablo aşağıdaki gibidir. Çalışma grubunu, 9, 10, 11 ve 12. sınıf öğrencilerinden toplam 1.056 ortaöğretim öğrencisi oluşturmaktadır.

Tablo 4:

Araştırma Evrenini Belirleyen Öğrenci Sayısı

	Öğrenci Sayısı	Anket Sayısı
Toplam	10.578	1.056

3.3. Ölçme aracının belirlenmesi

Anket formunda dört bölüm bulunmaktadır. İlk bölümde deneklerin demografik özellikleri ve internet ve sosyal medyanın kullanımının tespiti üzerine çalışılmıştır. Bu kapsamda yaş cinsiyet okul gibi demografik özelliklere yer verilmiş bunları takiben internet ve sosyal medyanın kullanım süresi ve hangi sosyal ağların kullanıldığına benzer sorular yer almıştır.

Beşli likert tipi ölçek 23 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte öğrencilerden her bir maddede belirtilen görüşlerini; (1) “Kesinlikle Katılmıyorum” (2) “Katılmıyorum” (3) “Kayıtsızım” (4) “Katılıyorum” ve (5) “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde sıralanan seçeneklerden birisini işaretleyerek belirtmeleri istenmektedir.

1. Ortaöğretim öğrencilerinin demografik özelliklerine ulaşabilmek amacı ile Kişisel Bilgi Formundan yararlanılmıştır.

2. Sosyal medya kullanımı ile ilgili 11,11,19 ve 26 sorunun yer aldığı Özodaşık’ın Sosyal medya kullanım ölçeğinden yararlanılmıştır.

3. Sosyal medya kullanımına yönelik algı ve tutumlar ile ilgili Otrar’ın Sosyal medya Algı tutum ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçekte 23 soru yer almaktadır.

4. Anket formunun içerisinde 11., 11., 19., 26., 23., 23., soru bulunan ölçeği 2-3-4-5 aşamalı seçenektan oluşan likert tipi ölçek oluşturdu.

Sosyal medya kullanım Ölçeklerinin Geçerlik Güvenilirlik Çalışması:

Anketin ilk bölümünde 11 madde yer alan bu ölçekte *her zaman, sıklıkla, ara sıra, nadiren, hiçbir zaman* şeklinde belirtilen beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Anketin ikinci bölümünde 18 madde yer almaktadır. Bu ölçekte de *her zaman, sıklıkla, ara sıra, nadiren, hiçbir zaman* şeklinde belirtilen beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde 26 madde yer almaktadır *kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum* şeklinde belirtilen beşli likert ölçeği kullanılmıştır.

Sosyal Medya Algı Tutum Ölçeğinin Geçerlik Güvenirlik Çalışması:

Toplam Anketin dördüncü bölümünde 23 madde yer alan *kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kayıtsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum* şeklinde beşli likert ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında lise öğrencilerinin internet ve sosyal medyayı kullanımlarındaki algı ve tutumlarına bakılmaya çalışılmış bu konuya yönelik Amasya il merkezindeki lise öğrencilerine anket formundaki sorular yöneltilmiştir. Orta Öğretim öğrencilerinin gündelik yaşamlarında internet ve sosyal medyaya yönelik algı ve tutumlarının ne olduğu ile ilgili çıkarımlarda bulunmaya çalışılmıştır. Araştırmada Argın ve Ortar (2015) tarafından geliştirilen, geçerlik-güvenirlik çalışması yapılan“Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” anket ölçeği kullanılmıştır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik hazırlanan çalışma içeriğinde demografik bilgi anketi, sosyal medya kullanım anketi, sosyal medya kullanım nedenleri anketi, sosyal medya tutum anketi kullanılmıştır.

3.4.1.Kişisel Bilgi Formu

Araştırma kapsamında “Kişisel Bilgi Formu” aracılığı ile lise öğrencilerin demografik özelliklerini tespit etmek için hazırlanmıştır. Anketin içeriğinde algı ve tutumları etkileyebileceğinin düşünüldüğü 11 maddeden elde edilmiştir. Kişisel bilgi formu ile lise öğrencilerinin yaş, cinsiyet, öğrenim görülen okul türü, gelir durumuna yönelik sorular ile sosyal medya kullanım süresi, sosyal medya sitelerinin kullanım sıklığı, sosyal medya sitelerinde harcanan süre, sosyal medya sitelerine en çok bağlanılan ortam, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok kullanılan araç, en çok kullanılan sosyal medya siteleri, internet ve sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesini sağlayacak ifadeler yer almıştır. Elde edilen sonuçlar ankette bağımsız

değişken olarak değerlendirilecektir. Bu etmenleri ölçmek üzere hazırlanan kişisel bilgi formu(Ek-1)'de verilmiştir.

3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile ilgili “Sosyal medya kullanım Ölçeğinden” (Özodaşık,2014) yararlanılarak veriler elde edilmiştir. Bu ölçekte sosyal medya ortamlarını kullanımlarına, sosyal medya eylemlerinin gerçekleştirilme durumuna, sosyal medya kullanım sebeplerine, sosyal medya etkinliklerine katılma sıklıklarına, sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandıkları ile ilgili maddeler bulunmaktadır. Çalışmada bu verilerden elde edilen sonuçlardan yola çıkarak mevcut durum analiz edilmiştir.

3.4.3.Sosyal Medya Algı Tutum Ölçeği

Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının belirlenmesi için Otrar ve Argın (2013) tarafından geliştirilen beşli likert ile geliştirilen 23 maddelik ölçek 4 alt boyut içerir.17 olumlu faktöre yer verilmiştir. Dört faktörün ilk boyutu paylaşım ihtiyacına yönelik 8 maddeden, ikinci alt boyut sosyal yetkinliğe yönelik 6 maddeden, üçüncü alt boyut sosyal izolasyona yönelik 6 madden, dördüncü alt boyut ise öğretmenlerle iletişim ile ilgili 3 madden oluşmaktadır (Otrar ve Argın, 2013).

Paylaşım ihtiyacı fotoğrafların, yazıların, kişisel yorumların, haberlerin sosyal medya platformunda yayınlanması ve yorum beğeni ve paylaşım gibi etkinliklere bulunmaya imkan tanımaktadır. Sosyal yetkinlik kişiler çevrelerindeki kişilerle sağlıklı iletişim kurmalarının sağlanmasıdır. Sosyal izolasyon kişilerin tek başına kalması iletişim kurmaktan yoksun olma, grup içi etkileşimlere katılmama, kendini bir gruba ait hissetmeme çevresindeki kişilerden soyutlanma halidir. Öğretmenlerle ilişki, öğrencilerin sosyal medyada öğretmenleri ile iletişim kurmaktan memnun olup olmamasını öğretmenlerinden sosyal medya paylaşımlarına yönelik tutumlarını kapsar. Sosyal izolasyon ile ilgili alt boyut ölçekleri puanlamada tersine çevrilerek yapılmıştır.

3.5. Verilerin Toplanması

Araştırmada 2017-2018 eğitim öğretim yılı içerisinde öğrencilerin internet ve sosyal medyaya ilişkin algı ve tutumlarını belirlemeye yönelik ölçekleri geliştiren ve çalışmalarında kullanan araştırmacılardan ve Amasya İl Milli Eğitim Müdürlüğünden veri toplama araçlarını okullarda uygulamak amacıyla izin alınmıştır.

T.C. Amasya Milli Eğitim Müdürlüğünden gerekli izin alındıktan sonra (Ek-3) okul müdürlerinden izin alınarak, ölçeği uygulamak üzere her okul için farklı günler belirlenmiştir. Uygulama için belirlenen günlerde ilgili okula gidilerek veri toplama araçları lise öğrencilerinin içten ve gerçek bilgi vermeleri amacı ile kimlik bilgileri istenmeden uygulanmıştır. Ayrıca her uygulama öncesinde veri toplama aracı ile ilgili bilgi verilmiş ve soruları içtenlikle yanıtlamalarının önemi açıklanmıştır. Araştırma içeriği ve amacı ile ilgili açıklama yapılmış uygulama bir ders saati 40- 45 dakikada tamamlanmıştır.

3.6. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Anketler uygulama aşaması tamamlandıktan sonra anketler incelenmiş kontrol edilmiş bir kısmı çalışmadan çıkarılmıştır. Anketteki cevaplar spss programında kodlanarak veriler görsel olarak düzenlenmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler, istatistik uzmanlarının görüşleri doğrultusunda uygun istatistiksel teknikler kullanılarak analiz edilmiştir. Ayrıca analiz edilen veriler, çizelgeler oluşturularak açıklanmış ve yorumlanmıştır. Araştırmada “Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” anketinden elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Ölçekler ve alt boyutları olan bireylerin paylaşım ihtiyaçlarının, bireylerin sosyal yetkinliklerinin, bireylerin sosyal izolasyonlarının, öğrencilerin öğretmenlerle olan iletişimleri kodlanarak istatistiksel analizler tamamlanmıştır. Öğrencilerin demografik özellikleri olarak ele alınan yaş, cinsiyet, bölüm, öğrenim görülen okul türü, gelir durumu, ne kadar süredir sosyal medya kullanıldığı, sosyal medya sitelerinin kullanım sıklığı, sosyal medya sitelerinde harcanan süre, sosyal medya

sitelerine hangi ortamlardan bağlanıldığı, sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullanılan araçlar, en çok hangi sosyal medya sitelerinin kullanıldığına bakılmış betimleyici frekanslarına ve yüzde dağılımlarına bakılmış ardından ölçeklerin toplam boyut ve alt boyutlarının standart sapmaları ve Shx değerleri çıkarılmıştır. Grupta normal dağılıma sahip olmayan gruplara non parametrik teknikler, normal dağılıma sahip gruplara ise parametrik analiz teknikleri kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan istatistiksel analizler için:

1. Öğrencilerin demografik özellikleri için kişisel bilgi formundan elde edilen veriler yaş, cinsiyet, bölüm, öğrenim görülen okul türü, gelir durumu, ne kadar süredir sosyal medya kullanıldığı, sosyal medya sitelerinin kullanım sıklığı, sosyal medya sitelerinde harcanan süre, sosyal medya sitelerine hangi ortamlardan bağlanıldığı, sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullanılan araçlar, en çok hangi sosyal medya sitelerinin kullanıldığına ilişkin yüzdeler ve frekanslara bakılmıştır. Sıklıkla kullanılan platformlar olan google, youtube, facebook, twitter, flickr, myspace, instagram'ın kullanımları, sosyal medya sitelerine girişlerde harcanılan süre, sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamlardan bağlanıldığı, sosyal medya sitelerine girmek için hangi araçların kullanıldığına ilişkin bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır.

2. Sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve standart hataların analizleri yapılmıştır.

3. Sosyal medya Tutum Ölçeğinde Veri analizinde kullanım amaçları kendini ifade edebilme, sosyal medya sitelerinde paylaşımda bulunma, kişilere iletişim kurabilmek, kişileri takip edebilme, bilgiye ulaşabilme, eğlenceli vakit geçirme gibi alt boyutlar analizde kullanılmıştır.

4. Ölçeklerden elde edilen tüm veriler bilgisayarda SPSS programında analiz edilmiş bulgular yönerge ve amaçlara uygun olarak tablolara aktarılmıştır.

3.7. Süre ve Olanaklar

Tablo 5:

Çalışma Süresi

Yapılan İşler	Süre
Literatür Taraması	Sürekli
Araştırma Önerisinin Hazırlanması	2 Ay
Gerekli İzinlerin alınması	1 Hafta
Uygulama	6 Hafta
Verilerin Analizi	3 Hafta
Araştırma Raporunun Yazılması	6 Hafta
Araştırma Raporunun Okutulup, EleştirilerDoğrultusunda Düzeltilmesi	2 Hafta

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde belirlenen amaç ve alt amaçlar doğrultusunda elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlar ve yorumlamalara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 6.1’de öğrencilerin katılımcıların demografik özelliklerinin frekans (f) ve yüzdelik (N) değerleri görülmektedir.

Tablo 6:

Katılımcıların Demografik Özellikleri

		N	%
Cinsiyet	Kız	517	49,0
	Erkek	539	51,0
	Düşük	93	8,8
Gelir Durumunuz	Orta	580	54,9
	Yüksek	383	36,3
	14	174	16,5
Yaş	15	354	33,5
	16	346	32,8
	17	181	17,1
	18	1	,1

Bu bölümde tablo 6.1’de araştırmaya katılanların bilgilerine yer verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılan lise öğrencilerinin demografik özellikleri dikkate alındığında öğrencilerin %49’u (517 kişi) kız ve %51’i (539 kişi) erkektir. Araştırmaya toplam 1056 lise öğrencisi araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %8,8’i (93 kişi) düşük, % 54,9’u (580 kişi) orta, %36,3’ü (383

kişi) yüksek gelir durumuna sahiptir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %16,5'i (174 kişi) 14 yaş, %33,5'i (354 kişi) 15 yaş, %32,8'i (346 kişi) 16 yaş, %17,1'i (181 kişi) 17 yaş,%1'i (1 kişi) 18 yaş gurubunda yer almaktadır.

4.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Bilgileri

Tablo 7.1’de Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Bilgileri frekans (F) ve yüzdelik (N) değerleri görülmektedir.

Tablo 7:

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Bilgileri

		N	%
Ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?	1 yıldan Az	74	7,0
	1-2 Yıl	202	19,1
	2-3 Yıl	423	40,1
	4 Yıl Ve Daha Fazla	357	33,8
	Her Gün Bir Kere Ve Daha Fazla	675	63,9
Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığınız nedir?	Her Gün Bir Kere	279	26,4
	Haftada Bir Kereden Fazla	66	6,3
	Haftada Bir Kere	18	1,7
	Ayda Bir Kere	18	1,7
	5-10 Dakika	86	8,2
Sosyal medya sitelerine her girdiğinizde harcadığınız süre ne kadardır?	11-30 Dakika	174	16,5
	31-60 Dakika	469	44,4
	61-120 Dakika	251	23,8
	121 Dakika Ve Daha Fazla	76	7,2
Sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamlardan bağlanıyorsunuz?	Ev	839	79,5
	İnternet Kafe	263	24,9
	Kablosuz ağ bulunan herhangi bir yer	690	65,3
Sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok hangi aracı kullanıyorsunuz?	Masaüstü	769	72,8
	Mobil Cihazlar	944	89,4
	Dizüstü Bilgisayar	418	39,6

Bu bölümde Tablo 7.1’de katılımcıların sosyal medya kullanım bilgilerine yer verilmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıklarına yönelik tablo 2 ye

bakıldığında öğrencilerin %7,0'ı (74 kişi) 1 yıldan az, %19,1'i (202 kişi) 1-2 yıl, %40,1 (423 kişi) 2- 3 yıl,% 33,8 (357 kişi) 4 yıl ve daha fazla süredir sosyal medya sitelerini kullanmaktadır.

Öğrencilerin %63,9'u 675 kişi her gün bir kere ve daha fazla %26,4'ü (279 kişi her gün bir kere %6,3 (66 kişi) haftada 1 kereden fazla,%1,7 (18 kişi) haftada bir kere, %1,7 (18 kişi) ayda bir kere sıklığında sosyal medya sitelerini kullanmıştır.

Öğrencilerden %8,2 si (86 kişi) 5-10 dakika,%16,5'i (174 kişi) 11- 30 dakika, %44,4 (469 kişi) 31-60 dakika, %23,8 (251 kişi) 61-120 dakika, %7,2 (76 kişi) 121dakika ve daha fazla süreyi sosyal medya sitelerine her girişte harcamaktadır.

Öğrencilerden %79,5'i (389 kişi) evi,%24,9 (263 kişi) İnternet kafeyi, %65,3 (690 kişi) kablosuz ağ bulunan herhangi bir yeri sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok kullanmaktadır.

Öğrencilerden %72,8'i (769 kişi) Masaüstü Bilgisayarı, %89,4'ü (944 kişi), mobil cihazları,%39,6 (418 kişi) Dizüstü Bilgisayarı sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok kullanmaktadır.

4.3. Katılımcıların En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Siteleri

Tablo 8.1'de Katılımcıların en çok tercih edilen sosyal medya siteleri frekans (F) ve yüzdelik (N) değerleri görülmektedir.

Tablo 8:

En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Siteleri

En çok hangi sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?	N	f
Facebook	1043	98,8
Twitter	949	89,9
Youtube	637	60,3
Flickr	129	12,2
Second_life	61	5,8

Friend_feed	68	6,4
Myspace	92	8,7
Wikipedia	295	27,9
Bebo	59	5,6
Netlog	84	8,0
Blogger	224	21,2
Tumblr	69	6,5
Wordpress	53	5,0
Badoo	57	5,4
Delicious	45	4,3
Pobcastler	49	4,6

Bu bölümde Tablo 8.1’de en çok tercih edilen sosyal medya sitelerine yer verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin %98,8’i (1043 kişi) Facebook , %89,9 (949 kişi) Twitter, %60,3 (637 kişi) Youtube, %12,2 (129 kişi) Flickr, 5,8 61 Second_life, % 6,4 (68 kişi) Friend_feed, % 8,7 (92 kişi) Myspace, % 27,9 (295 kişi) Wikipedia,% 5,6 (59 kişi) Bebo, % 8,0 (84 kişi) Netlog, %21,2 (224 kişi)Blogger , % 6,5 (69 kişi) Tumblr, % 5,0 (53 kişi) Wordpress, 5,4 (57 kişi) Badoo, %4,3 (45 kişi) Delicious, % 4,6 (49 kişi) Pobcast sosyal medya sitelerini tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

4.4. Katılımcıların Medya Ortamlarının Kullanım Sıklığı

Tablo 9.1’de katılımcıların en çok tercih ettikleri medya ortamlarının kullanım sıklığı yüzdelik (N) değerleri görülmektedir.

Tablo 9:

Medya Ortamlarının Kullanım Sıklığı

İFADELER	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	6 %
Sosyal ağ siteleri (Facebook, Myspace, Friendfeed, Google plus, vb.)	93,1	4,6	1,1	,5	,5	,2
Mesleki Ağ siteleri(LikedIn,XING, Acedemia vb.)	14,5	15,5	5,6	2,3	55,4	6,7
Fotoğraf paylaşım siteleri(Flicker vb.)	14,4	8,3	5,6	3,8	60,4	7,5
Müzik Paylaşım siteleri (Jamendo, LastFM vb.)	12,7	9,2	3,7	4,5	61,3	8,7
Microblog Uygulamaları(Twitter vb.)	68,1	7,8	5,8	4,6	9,6	4,2
Sosyal İmleme Siteleri(Digg, di.icio.us.,Stumbleupon, Linkibol vb.)	9,2	8,0	4,3	5,5	64,2	8,8
Forumlar	10,4	7,4	4,2	5,7	62,3	10,0
Bloglar	19,5	7,5	3,4	3,9	56,5	9,1
Wikiler(wikipedia vb.)	26,7	8,4	3,9	4,6	48,1	8,2
Podcastler(Apple iTunes vb.)	10,1	7,2	3,4	5,2	64,2	9,8

1=Her zaman, 2=Sıklıkla, 3=Ara Sıra, 4=Nadiren, 5=Hiçbir zaman, 6= Bilgim Yok

Tablo 9.1’de medya ortamlarının kullanım sıklığına yer verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir bölümü sosyal ağ sitelerini(Facebook, Myspace, Friendfeed, Google plus, vb.)%93,1, Microblog uygulamalarını Microblog Uygulamaları(Twitter vb.) %68,1 kullandıkları anlaşılmaktadır. Bu sosyal ağ sitelerini Wikiler(wikipedia vb.) %26,7, Bloglar %19,5, Mesleki Ağ siteleri(LikedIn,XING, Acedemia vb.) %14,5, Fotoğraf paylaşım siteleri(Flicker vb.) %14,4, Müzik Paylaşım siteleri (Jamendo, LastFM vb.) %12,7, Forumlar %10,4, Podcastleri(Apple iTunes vb.) %10,1 takip etmektedir.

Öğrencilerin %10,0’ı Forumlar ile ilgili %9,8’i Podcastler(Apple iTunes vb.) ile ilgili, %8,8’i Sosyal İmleme Siteleri(Digg, di.icio.us.,Stumbleupon, Linkibol vb.) ile ilgili bilgi sahibi olmadığını ifade etmiştir.

Öğrencilerin %64,2'si Podcastleri(Apple iTunes vb.) ve Sosyal İmleme Sitelerini(Digg, di.icio.us.,Stumbleupon, Linkibol vb.), % 62,3'ü Forumlar'ı hiçbir zaman kullanmadığını ifade etmiştir.

4.5. Sosyal Medya Eylemleri Gerçekleştirme Sıklıkları

Tablo 10.1'dekatılımcıların sosyal medya eylemleri gerçekleştirme sıklıkları yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 10:

Sosyal Medya Eylemleri Gerçekleştirme Sıklıkları

İFADELER	Ort	SS	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	6 %
Video İzlerim	1,20	,70	88,6	7,2	1,1	1,6	,9	,5
Kendi çektiğim videoları paylaşıyorum	1,61	1,33	70,3	17,3	1,9	3,5	6,2	,8
Hoşuma giden videoları paylaşıyorum	1,56	1,01	65,0	25,3	2,7	2,5	4,1	,5
Fotoğraflara bakarım	1,47	,96	68,6	24,5	2,2	2,3	1,9	,4
Kendime ait videoları paylaşıyorum	1,91	1,36	56,4	24,7	2,4	4,8	1,0	,7
Hoşuma giden fotoğrafları paylaşıyorum	1,47	,92	69,2	23,3	1,9	2,4	2,7	,6
Kendi ürettiğim müziği paylaşıyorum	2,13	1,52	51,1	24,1	2,7	5,0	16,2	,9
İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum	1,40	,79	70,9	23,2	2,5	1,7	1,2	,5
Yazılarımı/ Görüşlerimi Paylaşıyorum	1,42	,81	69,3	24,4	2,7	1,7	1,4	,5
İçeriklere(video, müzik,	1,44	,87	70,1	22,6	2,9	1,9	1,9	,6

fotoğraf, görüş, metin vb)									
yorum yazarım									
İlgimi çeken konularda tartışmalara katılıyorum	1,43	,86	70,4	23,2	2,3	1,8	1,6	,8	
İlgilendiğim kişilerin sayfalarını (yazdıklarını, yüklediklerini, içeriklerini vb. takip ederim	1,41	,80	70,1	24,1	2,5	1,4	1,6	,4	
Chat(çevrimiçi sohbet)yaparım	1,44	,84	68,6	24,9	2,5	1,7	1,9	,5	
Hoşuma giden gruplara üye olurum	1,48	,89	67,0	25,9	2,5	2,0	1,9	,8	
Durumumu/Ruh Halimi konumumu belirtirim	1,63	1,16	65,0	23,7	2,6	2,3	4,6	1,9	
Etkinlik sayfalarını takip ederim	1,50	1,14	68,1	24,1	2,8	2,0	2,0	,8	
Kişisel mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim	1,47	,94	69,7	22,9	2,1	2,0	2,4	,9	
Sosyal Medyada yer alan oyun ve uygulamalara katılıyorum	1,45	,93	71,5	21,0	2,4	1,8	2,4	,9	

1=Her zaman, 2=Sıklıkla, 3=Ara Sıra, 4=Nadiren, 5=Hiçbir zaman, 6= Bilgim Yok

Tablo 10,1’de sosyal medya eylemlerini gerçekleştirme sıklıklarına yer verilmiştir. Araştırmaya katılan öğrenciler en çok % 88,6’sı “Video İzlerim”%70,3 ‘ü “Hoşuma giden videoları paylaşıyorum” sosyal medyada video izledikleri ve paylaşım yaptıkları, %71,5’i “Sosyal Medyada yer alan oyun ve uygulamalara katılıyorum” sosyal medyada yer alan oyun ve uygulamalara katıldıkları, %70,4’ü “İlgimi çeken konularda tartışmalara katılıyorum” ilgilerini çeken konulardaki tartışmalara aktif olarak katıldıkları, %70,1’i “İlgilendiğim kişilerin sayfalarını (yazdıklarını, yüklediklerini, içeriklerini vb.) takip ederim” ifadesi ile ilgilendikleri kişilerin sayfaları takip ettikleri sonucuna varılmıştır.

4.6. Sosyal Medya Kullanma Motivasyonları

Tablo 11'dekatilımcıların Sosyal Medya Kullanma Motivasyonları yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 11:

Sosyal Medya Kullanma Motivasyonları

İFADELER	Ort.	SS	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
Eğlenceli zaman geçiriyorum	1,22	,74	85,6	10,9	1,6	,4	1,3
Boş zamanlarımı değerlendiriyorum	1,29	,66	77,2	19,2	1,7	,5	1,4
Günlük yaşamımın stresinden uzaklaşıyorum	1,44	,98	64,4	32,0	1,9	,5	1,1
Popüler şeyler ilgimi çekiyor	1,41	,66	65,1	31,4	1,9	,6	1,0
Kendimi özel ve önemli hissediyorum	1,39	,66	66,5	29,9	2,0	,6	1,0
Arkadaşlarım ve Tanıdıklarımla Sürekli iletişim İçinde Olabiliyorum	1,38	,68	68,2	27,8	1,9	1,0	1,0
Yeni insanlarla tanışabiliyorum	1,37	,65	68,5	27,7	2,3	,7	,9
Kendimi bir gruba ait hissediyorum	1,39	,65	67,0	29,2	2,4	,6	,9
Yalnızlık hissinden kurtuluyorum	1,39	,67	67,8	27,8	2,7	,7	1,0
Yüz yüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum	1,40	,70	67,2	28,1	2,7	,6	1,4

Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor	1,41	,70	66,3	29,2	2,5	,7	1,4
Sosyal medyayı kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor	1,58	1,01	62,6	28,0	2,9	,8	5,7
Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum	1,39	,68	68,6	26,7	2,7	1,0	,9
Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum	1,41	,70	66,8	28,7	2,5	,8	1,3
Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum	1,41	,68	66,4	29,3	2,5	,8	1,1
Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum	1,40	,70	67,6	28,2	2,3	,6	1,4
Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum	1,42	,72	66,2	29,0	2,7	,5	1,6
Durumları ve olayları farklı bakış açılarında değerlendirebiliyorum	1,42	,71	65,5	29,4	3,2	,4	1,5
Kendim gibi düşünen insanlarla bir araya gelebiliyorum	1,46	,77	63,8	30,7	2,8	,5	2,2
Düşüncelerimi özgür şekilde ifade edebiliyorum	1,42	,79	67,6	27,1	2,8	,7	1,7
Kendime güvenim artıyor	1,44	,74	64,8	29,7	3,0	,8	1,7
Potansiyelimi keşfediyorum	1,44	,72	64,0	30,6	3,4	,5	1,5
Kendimi farklı bir kimlikle	1,76	1,22	58,7	27,6	2,9	,6	10,2

tanıtabiliyorum

Fikirlerimin dikkate	1,45	,83	65,5	28,9	2,8	,5	2,2
alındığını düşünüyorum							
Tepkilerimi özgürce ifade							
ederek bir değişim	1,44	,84	68,8	25,0	2,4	,7	3,1
yaratabileceğime inanıyorum							
Toplumsal/Siyasal konularda							
inançlarım ve değerlerim	1,42	,87	72,5	20,5	2,7	,6	3,6
doğrultusunda tepki							
verebiliyorum							

1=Her zaman, 2=Sıklıkla, 3=Ara Sıra, 4=Nadiren, 5=Hiçbir zaman

Tablo 11’de sosyal medya kullanma nedenlerinin sıklıklarına yer verilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerden en çok %85,6’sı “ Eğlenceli zaman geçiriyorum”, %77,2’si “Boş zamanlarımı değerlendiriyorum”, %72,5’i “Toplumsal/Siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum” , %68,8’i “Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum” , %68,5’i “Yeni insanlarla tanışabiliyorum”, %68,2’si “Arkadaşlarım ve tanıdıklarımla sürekli iletişim içinde olabiliyorum” , %67,8’i “Yalnızlık hissinden kurtuluyorum”, %67,6’sı “Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum” ve “Düşüncelerimi özgür şekilde ifade edebiliyorum” ifadesi ile her zaman yanıtını vererek en sık sosyal medya kullanma nedenlerini ifade etmiştir.

4.7. Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları

Tablo 12’de Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 12:

Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları

İFADELER	Ort.	SS	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.	4,64	1,01	5,5	1,3	2,8	3,8	86,5
Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.	4,42	1,28	10,1	2,3	2,9	4,3	80,4
Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.	1,56	2,03	80,6	5,7	3,1	2,5	8,1
Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.	4,63	,93	3,6	2,3	3,6	7,7	82,8
Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.	4,63	,89	10,1	2,3	2,9	4,3	80,3
Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.	4,60	,94	3,0	2,0	4,1	9,9	81,0
Sosyal medya sitelerinin, beni ailemden kopardığını düşünüyorum.	3,31	2,44	4,1	1,4	4,0	11,0	79,5
Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu	4,50	1,08	35,3	6,4	4,4	4,5	49,4

düşünüyorum.

Sosyal medya sitelerinde

öğretmenlerimi takip etmeyi 2,55 1,75 51,2 5,5 6,9 9,1 27,3
seviyorum.

Öğretmenlerimin

yazdıklarını takip etmesi 2,41 1,72 55,0 5,8 7,1 7,2 24,9
hoşuma gidiyor.

Sosyal medya siteleri

yüzünden aileme yeterince 3,43 1,80 30,5 6,3 5,1 5,3 52,8
vakit ayıramıyorum.

Paylaşımlarımın

arkadaşlarım tarafından 4,67 ,93 3,3 1,6 3,3 8,9 82,7
beğenilmesinden
hoşlanıyorum.

Sosyal medya siteleri

sayesinde ortak ilgi ve 4,55 1,02 5,2 1,6 4,4 10,2 78,6
amaçlara sahip olduğum
kişilere ulaşabileceğimi
düşünüyorum.

Sosyal medya siteleri

yüzünden diğer sosyal 3,73 2,32 22,7 7,9 5,5 5,5 58,3
aktivitelere yeterince vakit
ayıramıyorum.

Sosyal medya sitelerinde

zaman geçirmekten mutlu 4,81 ,71 2,4 ,7 2,1 3,1 91,8
oluyorum.

Özel ilgi duyduğum

arkadaşıma sosyal medya 4,55 1,14 8,1 ,8 2,4 4,6 84,1
siteleri aracılığıyla
duygularımı daha rahat
ifade edebiliyorum.

Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.	4,76	,74	2,3	,9	2,7	6,5	87,6
Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm.	4,68	,83	2,8	1,1	4,0	8,7	83,3
Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.	2,43	1,79	57,3	3,4	5,3	6,9	27,0
Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum.	4,63	1,00	4,4	1,1	4,1	8,7	81,6
Arkadaşlarımın paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.	4,60	,96	4,6	,9	4,1	9,8	80,6
Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.	3,52	1,79	28,6	6,5	4,5	4,5	55,9
Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum.	3,95	1,61	18,8	5,1	4,5	4,7	66,9

5=Her zaman, 4=Sıklıkla, 3=Ara Sıra, 2=Nadiren, 1=Hiçbir zaman

Tablo 12’de öğrencilerin sosyal medya tutumlarına yer verilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerden en çok % 91,8’i “Sosyal medya sitelerinde zaman

geçirmekten mutlu oluyorum”, % 87,6’sı “Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor” ,%86,5’i “Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımın beni fark etmesini isterim” ,% 84,1’i “Özel ilgi duyduğum arkadaşına sosyal medya siteleri aracılığıyla duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum”, % 83,3’ü “Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm”, %82,8’i “Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor”% 82,7’sı “Paylaşımlarımın arkadaşlarım tarafından beğenilmesinden hoşlanıyorum” %81,6’sı “Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum” %80,6’sı “Arkadaşlarımın paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor” ifadelerine çok yüksek düzeyde katılmışlardır.

4.8. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması

Tablo 13’de Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 13:

Cinsiyete Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması

Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin Boyutları	Gruplar (Cinsiyet)	N	$\bar{X}$	SS	P
Sosyal Yetkinlik	Kız	517	27,26	4,56	0,22
	Erkek	539	27,59	4,13	
Paylaşım İhtiyacı	Kız	517	37,19	5,81	0,68
	Erkek	539	37,33	5,26	
Öğretmenlerle İlişki	Kız	517	7,33	4,53	0,61
	Erkek	539	7,47	4,64	
Sosyal İzolasyon	Kız	517	19,90	7,70	0,11
	Erkek	539	19,15	7,77	
Sosyal Medya Tutum Ölçeği	Kız	517	91,70	10,84	0,81
	Erkek	539	91,55	10,01	

Tablo 13’de cinsiyete göre sosyal medya tutum boyutları olarak ele alınan Sosyal Yetkinlik, Paylaşım İhtiyacı, Öğretmenlerle İlişki, Sosyal İzolasyon, alanlarında t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde sosyal medya tutum ölçeği ve sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki gibi sosyal medya tutum ölçeğinin boyutları cinsiyete göre karşılaştırıldığında verilerden elde sonuçlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) göstermediği öğrencilerin cinsiyetlerine göre Sosyal Yetkinlik, Paylaşım İhtiyacı, Öğretmenlerle İlişki, Sosyal İzolasyon boyutlarında farklılık bulunmamıştır. Başka bir ifade ile öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medyaya yönelik tutumları farklılaşmamaktadır.

4.9. Öğrencilerin Gelire Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması

Tablo 14’de Öğrencilerin Gelire Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 14:

Gelire Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması

Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin Boyutları	Gruplar (Gelir)	N	$\bar{X}$	SS	P
Sosyal Yetkinlik	Düşük	93	26,38	4,86	0,02
	Orta	580	27,38	4,34	
	Yüksek	383	27,76	4,20	
Paylaşım İhtiyacı	Düşük	93	36,05	6,40	0,05
	Orta	580	37,26	5,44	
	Yüksek	383	37,57	5,43	
Öğretmenlerle İlişki	Düşük	93	7,67	4,45	0,38
	Orta	580	7,52	4,62	
	Yüksek	383	7,15	4,56	
Sosyal İzolasyon	Düşük	93	18,98	9,36	0,15
	Orta	580	19,20	7,23	
	Yüksek	383	20,13	8,03	
Sosyal Medya Tutum Ölçeği	Düşük	93	89,10	11,42	0,01
	Orta	580	91,37	10,01	
	Yüksek	383	92,62	10,68	

Tablo 14’de gelire göre sosyal medya tutum boyutları ANOVA testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki gibi sosyal medya tutum ölçeğinin boyutları gelire göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) göstermediği anlaşılmaktadır. Ancak sosyal medya tutum ölçeği ve sosyal yetkinlik boyutu gelire göre farklılaşmaktadır. Başka bir ifade ile düşük gelire sahip öğrencilerin orta ve yüksek gelire sahip öğrencilere göre sosyal medya ve sosyal yetkinlik tutumları daha düşüktür.

4.10. Yaşa Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması

Tablo 15’de yaşa göre sosyal medya tutum boyutlarının karşılaştırılması yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 15:

Yaşa Göre Sosyal Medya Tutum Boyutlarının Karşılaştırılması

Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin Boyutları	Gruplar (Yaş)	N	$\bar{X}$	SS	P
Sosyal Yetkinlik	14	174	27,77	4,16	0,70
	15	354	27,39	4,32	
	16	346	27,39	4,46	
	17	182	27,25	4,39	
Paylaşım İhtiyacı	14	174	37,45	5,38	0,75
	15	354	37,09	5,75	
	16	346	37,19	5,67	
	17	182	37,58	4,98	
Öğretmenlerle İlişki	14	174	8,01	4,72	0,09
	15	354	7,50	4,54	
	16	346	7,30	4,59	
	17	182	6,81	4,49	
Sosyal İzolasyon	14	174	18,79	6,88	0,53
	15	354	19,73	8,41	
	16	346	19,47	7,72	

	17	182	19,88	7,18	
	14	174	92,04	10,06	
Sosyal Medya Tutum	15	354	91,73	11,19	0,91
Ölçeği	16	346	91,36	10,35	
	17	182	91,53	9,35	

Tablo 15’de yaşa göre sosyal medya tutum boyutları ANOVA testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde sosyal medya tutum ölçeği ve sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki gibi sosyal medya tutum ölçeğinin boyutları yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) göstermediği anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile öğrencilerin yaşlarına göre sosyal medya tutumları farklılaşmamaktadır.

4.11. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Tablo 16’da cinsiyete göre sosyal medya motivasyonlarının Karşılaştırılması yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 16:

Cinsiyete Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Sosyal Medya Motivasyonları Boyutları	Gruplar (Cinsiyet)	N	$\bar{X}$	SS	P
Sosyal Etkileşim	Kız	517	1,44	,54	0,56
	Erkek	539	1,42	,49	
Kendini İfade Etme/Gerçekleştirme	Kız	517	1,46	,60	0,49
	Erkek	539	1,49	,58	
Haberdar Olma	Kız	517	1,40	,56	0,86
	Erkek	539	1,39	,50	
Eğlence	Kız	517	1,37	,66	0,12
	Erkek	539	1,31	,52	

Tablo 16’da cinsiyete göre sosyal medya motivasyonları t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde kız ve erkeklerin sosyal etkileşim boyut puanlarının aritmetik ortalaması $\bar{X}$ = 1,44-1,42, standart sapması SS=,54-,49; , kendini ifade etme/gerçekleştirme boyut puanlarının aritmetik ortalaması $\bar{X}$ = 1,46-1,49, standart sapması SS=,60-,58, haberdar olma boyut puanlarının aritmetik ortalaması $\bar{X}$ = 1,40-1,39, standart sapması SS=,56-,50; eğlence boyut puanlarının aritmetik ortalaması $\bar{X}$ = 1,37-1,31, standart sapması SS=,66-,52 bulunmuştur. Sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutları cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) göstermediği anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medya motivasyonları farklılaşmamaktadır.

4.12. Yaşa Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Tablo 17’de yaşa göre sosyal medya motivasyonlarının karşılaştırılması yüzdelik (N), ortalama ($\bar{X}$), standart sapma (SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 17:

Yaşa Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Sosyal Medya Motivasyonları Boyutları	Gruplar (Yaş)	N	$\bar{X}$	SS	P
Sosyal etkileşim	14	174	1,43	,50	0,89
	15	354	1,41	,47	
	16	346	1,43	,52	
	17	182	1,45	,60	
Kendini ifade etme/gerçekleştirme	14	174	1,53	,57	0,42
	15	354	1,45	,56	
	16	346	1,45	,57	
	17	182	1,51	,70	
Haberdar Olma	14	174	1,41	,55	0,36

	15	354	1,36	,48	
	16	346	1,39	,49	
	17	182	1,45	,65	
	14	174	1,32	,50	
Eğlence	15	354	1,30	,53	0,24
	16	346	1,37	,61	
	17	182	1,39	,76	

Tablo 17’de öğrencilerin yaşına göre sosyal medya motivasyonları Anova testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde sosyal etkileşim, kendini ifade etme/gerçekleştirme, haberdar olma, eğlence gibi sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutları öğrencilerin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($P<0,05$) göstermediği anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile yaşa göre öğrencilerinin sosyal medya motivasyonları değişmemektedir.

4.13. Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Tablo 18’de sosyal medya kullanma süresine göre sosyal medya motivasyonlarının karşılaştırılması yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 18:

Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Sosyal Medya Motivasyonları Boyutları	Gruplar (Süre)	N	$\bar{X}$	SS	P
Sosyal Etkileşim	1 yıldan az	74	1,64	,58	0,00
	1-2 yıl	202	1,55	,56	
	2-3 yıl	423	1,42	,55	
	4 yıl ve daha fazla	357	1,32	,40	
Kendini İfade	1 yıldan az	74	1,66	,62	0,00
Etme/Gerçekleştir	1-2 yıl	202	1,62	,67	

me	2-3 yıl	423	1,46	,62	
	4 yıl ve daha fazla	357	1,38	,48	
	1 yıldan az	74	1,56	,52	
Haberdar Olma	1-2 yıl	202	1,50	,59	0,00
	2-3 yıl	423	1,39	,56	
	4 yıl ve daha fazla	357	1,31	,43	
	1 yıldan az	74	1,55	,79	
Eğlence	1-2 yıl	202	1,45	,64	0,00
	2-3 yıl	423	1,33	,58	
	4 yıl ve daha fazla	357	1,24	,51	

Tablo 18’de sosyal medyayı kullanma süresine göre sosyal medya motivasyonları ANOVA testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde sosyal etkileşim, kendini ifade etme/gerçekleştirme, haberdar olma, eğlence gibi sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutları sosyal medyayı kullanım süresine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($P<0,05$) gösterdiği anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile sosyal medyayı kullanım süresi arttıkça sosyal medya motivasyonları da artmaktadır.

4.14. Gelire Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Tablo 19’da Gelire Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması yüzdelik (N), ortalama($\bar{X}$), standart sapma(SS) değerleri görülmektedir.

Tablo 19:

Gelire Göre Sosyal Medya Motivasyonlarının Karşılaştırılması

Sosyal Medya Motivasyonları Boyutları	Gruplar (Gelir)	N	$\bar{X}$	SS	P
Sosyal Etkileşim	Düşük	93	1,60	,59	0,00
	Orta	580	1,45	,52	
	Yüksek	383	1,36	,47	
Kendini İfade Etme/Gerçekleştirme	Düşük	93	1,65	,66	0,00
	Orta	580	1,50	,60	
	Yüksek	383	1,40	,55	
Haberdar Olma	Düşük	93	1,57	,56	0,00
	Orta	580	1,43	,56	
	Yüksek	383	1,30	,45	
Eğlence	Düşük	93	1,47	,72	0,00
	Orta	580	1,37	,59	
	Yüksek	383	1,25	,56	

Tablo 19’da öğrencilerin gelirine göre sosyal medya motivasyonları ANOVA testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde sosyal etkileşim, kendini ifade etme/gerçekleştirme, haberdar olma, eğlence gibi sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutları gelire göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($P < 0,05$) gösterdiği anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile öğrencilerin gelirleri arttıkça sosyal medya motivasyonları da artmaktadır.

BÖLÜM V

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Analiz sonuçları ve konu ile ilgili benzer çalışmalar incelenerek araştırmaya ilişkin yargılara yer verilmiştir. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ölçeğine yönelik yargılar:

İletişimi kullanışlı hale getirmek amacı ile kurumlar teknolojik materyalleri hızla geliştirilmeye yönelmiştir. İnternetin kullanımının yaygınlaşması ve kullanıcılara sunulan olanaklar sosyal medyanın kullanımını da hızlandırmıştır.

Öğrenciler sosyal medyayı farklı amaçlar için kullanmaktadır. Hayatlarının her alanında internet ve sosyal medyadan yararlanmaya çalışan öğrencilerin internet ve sosyal medyayı kullanma amaçlarından en yaygın olanı iletişimdir. Öğrenciler birbiri ile iletişim kurarak akranlarının düşüncelerini öğrenmek, onlarla günlük yaşantılarında tartışma yapabilme, fikir alışverişinde bulunabilme, çevresine daha kolay uyum sağlayabilme gibi birçok özellik kazanmaktadır.

Sosyal paylaşım platformları sosyal ağ, Twitter, facebook, linkedln, secondlife, wiki, blog, mikroblog, podcast, fotoğraf ve video paylaşım ortamlarını öğrenciler kendi ilgi ve ihtiyaçlarına göre kullanmaktadır.

Araştırmanın evrenini Amasya il merkezinde eğitim öğretime devam eden üç lise oluşturmaktadır. Bu üç lise için tesadüfi örneklem olarak seçim yapılmıştır. Bunun sebebi lise öğrencilerinin toplumun en dinamik aktörleri olmaları ve gelecekteki nesillerle ilgili çıkarımda bulunmaya yardımcı olmalarından kaynaklanmaktadır. Evren olarak lise öğrencilerinin kullanılması internet ve sosyal medyayı en çok kullananlar arasında gençlerin yer almasının da etkisi büyüktür. Ayrıca araştırmanın evreninin belirlenmesinde zaman ve maliyet sınırlılıklarına göre değerlendirme yapıldığında il genelindeki lise öğrencilerine ulaşabilmenin kolaylığının da tercihte önemli etkisi olmuştur. Araştırmanın evreni ve örnekleme

içinde yer alan öğrenci sayıları tablo 3 ve tablo 4’ de gösterilmektedir. Anket formları öğrencilere dağıtılmadan önce örneklemin evreni temsil yeteneğini arttırması amaçlanarak Amasya il merkezinde ki öğrenci sayıları göz önüne alınmış dağıtılan anket sayısına kota uygulanarak tespit edilmiştir. Var olan örneklemin plan programı ve dağıtılan anket sayıları tabloda gösterilmiştir.

Tablo 6’dan elde edilen bulgulara göre çalışmaya katılan lise öğrencilerinin demografik özelliklerine bakıldığında araştırmaya katılan öğrencilerin %49’u (517 kişi) kız ve %51’i (539 kişi) erkektir. Araştırmaya toplam 1056 lise öğrencisi araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %8,8’i (93 kişi) düşük, % 54,9’u (580 kişi) orta, %36,3’ü (383 kişi) yüksek gelir durumuna sahiptir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %16,5’i (174 kişi) 14 yaş, %33,5’i (354 kişi) 15 yaş, %32,8’i (346 kişi) 16 yaş, %17,1’i (181 kişi) 17 yaş,%1’i (1 kişi) 18 yaş gurubunda yer almaktadır.

Tablo 7’dekiSonuçlar incelendiğinde katılımcıların %40,1’i 2-3 yıldır sosyal medya sitelerini kullandığı, %63,9’u her gün bir kere ve daha fazla sosyal medya sitelerini ziyaret ettikleri ve %44,4’ü sosyal medya sitelerine her girdiğinde ortalama 31-60 dakika zaman harcadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların büyük bir kısmı mobil cihazlardan ve kablosuz ağ bulunan herhangi bir yerden sosyal medya sitelerine girmektedir.

Tablo 8’de en çok tercih edilen sosyal medya sitelerine yer verilmiştir. Öğrencilerin en çok tercih ettiği sosyal medya sitelerinin yüzdelik dilimi facebook % 98,8 (1043 kişi), twitter %89,9 (949 kişi) ve youtube %60,3 (637 kişi) olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 9’da medya ortamlarının kullanım sıklığına bakıldığında araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir bölümü sosyal ağ sitelerini %68,1 ve microblog uygulamalarını %91,3 kullandıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 10’dasosyal medya eylemlerini gerçekleştirme sıklıkları incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin en çok sosyal medyada video izleme, sosyal

medyada yer alan oyun ve uygulamalara katılma, ilgilendiğin kişilerin sayfaları takip etme, ilgimi çeken konularla ilgili yazıları okuma, kendi çektiğim videoları paylaşma gibi eylemleri gerçekleştirdiği görülmektedir.

Tablo 11'de sosyal medya kullanma nedenlerinin sıklıklarına yer verilmiştir. Sosyal medya ortamlarını bireyler eğlenceli vakit geçirmek, boş zamanlarını değerlendirmek, yeni insanlarla tanışabilmek, güncel gelişmeleri takip edebilmek, merak ettiği konularda görüş ve tavsiyelere başvurmak gibi çeşitli nedenlerden dolayı kullanmaktadır. Araştırmaya katılan öğrenciler en çok eğlenceli zaman geçirme, boş zamanlarını değerlendirme, toplumsal/siyasal konularda inançlarını ve değerlerini doğrultusunda tepki verebilme, tepkilerini özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğine inanma gibi nedenlerden dolayı sosyal medyayı kullanmaktadır.

Tablo 12'de öğrencilerin sosyal medya tutumlarına yer verilmiştir. Araştırmaya katılan öğrenciler sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum, sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor, paylaşımlarımın arkadaşlarım tarafından beğenilmesinden hoşlanıyorum, sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm ifadelerine çok yüksek düzeyde katılmışlardır.

Tablo 13'te cinsiyete göre sosyal medya tutum boyutları t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde sosyal medya tutum ölçeği ve sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki gibi sosyal medya tutum ölçeğinin boyutları cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) göstermediği anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medyaya tutumları farklılaşmamaktadır.

Tablo 14'te öğrencilerin SPSS analiz sonuçlarından paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki, Sosyal İzolasyon, sosyal medya tutum ölçeğinin boyutları gelire göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak elde edilen sonuçlardan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği ve sosyal yetkinlik boyutu gelire göre farklılaşma gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerden maddi anlamda düşük gelire sahip olanların orta ve yüksek gelire sahip olan öğrencilere göre sosyal medya kullanımına göre tutumları ve sosyal yetkinlik tutumları daha düşüktür.

Tablo 15'te öğrencilerin SPSS analiz sonuçları incelendiğinde sosyal medya tutum ölçeğinin boyutları olarak ele alınan sosyal yetkinliğin, paylaşım ihtiyacının, öğretmenlerle ilişkinin, sosyal izolasyonun öğrenci yaşlarına göre sosyal medya tutumları farklılaşmamaktadır.

Tablo 16'de sosyal medya motivasyonları analiz sonuçları incelendiğinde sosyal etkileşim, kendini ifade etme/gerçekleştirme, haberdar olma, eğlence gibi sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutlarında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa ($p>0,05$) ulaşılmamıştır.

Tablo 17'de öğrencilerin yaşına göre sosyal etkileşim, kendini ifade etme/gerçekleştirme, haberdar olma, eğlence gibi sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutları öğrencilerin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p>0,05$) bulunmamaktadır. Öğrencilerin sosyal medya motivasyonları yaş ile bağlantılı olarak değişmemektedir.

Tablo 18'de sosyal medyayı kullanma süresine göre sosyal medya motivasyonlarına ilişkin analiz sonuçlarına bakıldığında sosyal etkileşim, kendini ifade etme/gerçekleştirme, haberdar olma, eğlence gibi sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutları sosyal medyayı kullanım süresine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($P<0,05$) gösterdiği anlaşılmaktadır. Öğrencilerin sosyal medyayı kullandıkları süre arttıkça sosyal medya motivasyonlarında artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 19'da öğrencilerin gelirine göre sosyal medya motivasyonları analiz sonuçları incelendiğinde sosyal etkileşim, kendini ifade etme/gerçekleştirme, haberdar olma, eğlence gibi sosyal medya motivasyonları ölçeğinin boyutları gelir durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($P<0,05$) gösterdiği

sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin gelirleri arttıkça sosyal medya motivasyonları da artış göstermektedir.

Bu tablolardan da hareketle öğrencilerin sosyal medya aracılığı ile çeşitli etkinliklerde bulundukları duygu ve düşüncelerini paylaştıkları toplumsal iletişim sürecinde sosyal medya kullanımının yaygınlaşmaya başlaması bireylerin alışkanlıkları sosyal medya etkisi ile her geçen gün çeşitlendiği söylenebilir. Sosyal medya ve internet kişilere yeni yaşam ve imkanlar sunmakta öğrencilerde bu imkanlardan yararlanma çabası içindedir. Hızlı iletişim kurma bilgilenme sosyal etkileşim içinde olma, kendini ifade etme kendini gerçekleştirme gibi birçok faaliyetlerde internet ve sosyal medyanın kullanılmasının hem az maliyetli, hem kolay hem de daha az zaman alıcı olduğu gerçektir. İnternet ve sosyal medya araçlarının kullanılmaya başlanması ile öğretmen öğrenci arasındaki mesafe de kısalmış öğrencilerin etkinliklere katılma güdüsünü arttırmış buda internet ve sosyal medyaya olan algı ve tutumu değiştirmiştir. Öğrencilerin korkmadan çekinmeden fikirlerini ortaya koymaları onların özgüvenlerini de arttıracakı düşünülmektedir. Son dönemlerde yapılan çalışmalar internet ve sosyal medyanın gençlerin en çok zaman geçirdiği kitle iletişim aracı olduğunu göstermektedir. Genç neslin bu kadar dikkatini çeken aracın gün içinde sıklıkla kullanılması büyük çoğunluğun alışkanlıklarının sosyal medya kullanımına göre çeşitlenmesi sosyal medyanın ne derecede etkin bir araç olduğunun göstergesidir. Ayrıca sosyal medya haberleşme eğlence ve mekan engelini kaldıran bir araç olmaktan öte akranları ve öğretmenleri ile katılımda bulunabilecekleri çevrelerindeki kişilere etki yaratmanın yanında özgürlük, sağduyu güvenilirlik, dikkat toplama, gizlilik, kendini ifade edebilme, empati ve inanılrlık gibi özellikleri de edinilecekleri ortak platform olarak nitelendirilebilir.

Sonuç olarak; günümüzde internet ve sosyal medyanın toplumu yakından etkileyen bir araç olduğu kuskusuzdur. Toplumu etkilemesinin önemli sebeplerinden biri internet ve sosyal medyanın ihtiyaçlara yönelik tasarlanması kullanımının kolay ve düşük maliyetli oluşu güncellenebilir dinamik bir yapıda olması özellikle öğrencilerin fikirlerine değer yargılarına önem verilmesi bireysel ihtiyaçlara cevap verebilmesi ve onların davranış biçimlerini ihtiyaç kazanım ve bilgi düzeylerine göre

şekillendirmesi internet ve sosyal medyanın kullanımını arttırmış bunun yanında toplumda var olan algı ve tutumları da değiştirmiştir.

Araştırma ölçeğindeki tüm soruları teker teker ele alıp tartışmak belirli bir kanıya varmak hızla değişen dünyada özellikle de gençlerin bu değişime daha hızlı uyum sağlayarak hareket ettikleri düşünülürse pekte mümkün görülmemektedir. Elde edilen verilere bağlı kalarak ve sınırlılıkların bilincinde olarak çalışma yapılmış araştırma ana konu başlığı kapsamında eksikliklere boşluklara gelecekte var olacak sorulara cevap bulma amacı taşınmış ve mümkün olduğu kadar yanıt verilmeye çalışılmıştır. Bu araştırma da daha fazla çalışmaya gerek duyulan güncelliğini koruyan bir konuda bu yönde atılmış bir adımdır.

5.1. Öneriler

Araştırmaya katılan öğrencilerin internet ve sosyal medyayı iletişim erişim alanları başta olmak koşulu ile birçok açıdan kullanabilir kolay erişim sağlanabilir bir araç olarak algıladıkları görülmüştür. Ayrıca öğrenciler erişim imkanı sayesinde daha iletişim kurmalarında kolaylık sağlandığını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan öğrencilerden elde edilen bulgular öğrencilerin internet ve sosyal medyayı alternatif iletişim kaynağı olarak algıladıklarını düşündürmektedir. Fakat bunların yanında öğrencilerin internet ve sosyal medyayı boş zamanlarını değerlendirdikleri ifadesi ile örtüşen birçok ifade öğrencilerin okuldan kalan zamanlarını kaliteli şekilde değerlendirip değerlendirmediklerini derlerine ne kadar vakit ayırdıkları sorusunu da akıllara getirmektedir. İnternet ve sosyal medyanın öğrencilere katkısı olduğu gibi bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunları aşmak için bilinçli ailelere öğretmenlere ve öğrencilere ihtiyaç vardır. Sözü edilen çalışma devamında öğrencilerin internet ve sosyal medyayı gelecekte ne amaçla kullanacaklarını bakılabilir. Boş zamanlarını internet ve sosyal medyanın dışında nasıl değerlendirdikleri de önemli bir tartışma konusudur.

KAYNAKÇA

- Açıköz, K.Ü. (2009b). Etkili Öğrenme ve Öğretme. İzmir: Biliş
- Akça, E. B., Sayımer, İ. ve Ergül S. (2015). Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Ve Siber Zorbalık Deneyimleri: Ankara.
- Akınoğlu, O. ve Taşdelen, M.H. (2002). Eğitim ve sosyalleşme açısından internet kullanımı (İstanbul örneği) Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Doktora Tezi
- Akkoyunlu, B. ve Tuğrul, B.(2002), “Okul Öncesi Çocukların Ev Yaşantısındaki Teknolojik Etkileşimlerin Bilgisayar Okuryazarlığı Becerileri Üzerindeki Etkisi”, *Hacettepe Üniversite Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 12-21.
- Alkan, A. ve Durmuş, Ö. (2013). “İngilizce Öğretmenlerinin Derslerinde Bilişim Teknolojilerini Kullanma Durumlarına İlişkin Görüşleri.” *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi Journal of Research in Education and Teaching*, 2(1) Makale No:12 ISSN: 2146-9199.
- Altın, F. (2006). *İnternet kullanımının gençlere etkisi Kastamonu ili örneği*, Yüksek Lisans Tezi; Ankara.
- Altun, A. (2006). *Eğitimde internet uygulamaları*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Aşkar, P. ve Altun, A. (2006). *İlköğretimde bilişim teknolojileri*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Aşkar, P. ve Akkoyunlu, B. (1993). Kolb Öğrenme Stili Envanteri. *Eğitim ve Bilim*, 87, 37-47.
- Avrupa Çevrimiçi Çocuklar (EU Kids Online) Projesi, 2010, “Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Araştırma Projesi Türkiye bulguları basın toplantısı”, [Çevrim-içi: <http://eukidsonline.metu.edu.tr/>

- Avrupa Çevrimiçi Çocuklar (EU Kids Online) Projesi, (2011). “Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Araştırma Projesi Sonuçları Raporu-web sürümü”, [Çevrim-içi: <http://eukidsonline.metu.edu.tr/>]
- Baltacı, H. Ş., İşleyen, F. ve Özdemir, S. (2012, Ağustos). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Romantik İlişki Durumları ve Sosyal Ağ Kullanımlarına göre Etkileşim Kaygısı ve Sosyal Destek Algılarının İncelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 25-36.
- Baltacı, H. Ş., İşleyen, F. ve Özdemir, S. (2012, Ağustos). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Romantik İlişki Durumları ve Sosyal Ağ Kullanımlarına göre Etkileşim Kaygısı ve Sosyal Destek Algılarının İncelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 25-36.
- Baştürk Akca, E., Sayımer, I., Balaban, Salı, J. ve Başak, B. E. (2014). Okulda siber zorbalığın nedenleri, türleri ve medya okuryazarlığı eğitiminin önleyici çalışmalardaki yeri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR)*, 2, Ağustos Özel Sayısı, 17-30.
- Baştürk Akca, E., Sayımer, I. ve Ergül S. (2015).Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ve siber zorbalık deneyimleri: Ankara Örneği. *Global Media Journal TR Edition*, 5 (10) Spring 2015.
- Baştan, S. (2000), Yeni İletişim Teknolojilerine Örgüt Yapısı İçinde Uyum Sorunu, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- Baran, A.G. ve Kuloğlu C. (2001). *İnternet kafelerdeki internet kullanımı ve sanal sosyal ilişkiler: Ankara örneği*, Bilişim Toplumun Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumunda Sunulan. Ankara. 23-24 Mart.

- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Binark, M. (2009). “Yeni Medya Dolayımlı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(A)mayanların Farkında Olmak ” Evrensel Kültür, Sayı 216. ss.60-63
- Christakis, N. A. ve Fowler, J.H. (2012). *Sosyal ağların şaşırtıcı gücü*. (Çev. Yüksel, Derya). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Çağıltay, K. Çakıroğlu, J.Çağıltay, N. ve Çakıroğlu, E. (2001) *Öğretimde Bilgisayar Kullanımına İlişkin Öğretmen Görüşleri* Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Ankara 2001.
- Çetin, B., Bağçeci, B., Kinay, İ. ve Şimşek, Ö. (2013). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı Dersine Yönelik Tutum Ölçeğinin (ÖTMTDYTÖ) Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *The Journal of Academic*
- Çilen, K. (1995). Eğitim Teknolojisi ve Öğretim. Ankara: Yargıcı Matbaası.
- Celik, S. (2012). İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanım Biçimlerinin Çeşitli Değişkenler Açısındanİncelenmesi. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 3, Sayı 4.
- Demir, S. (2001). *Öğretim elemanları ve öğrencilerin internetin öğretim amaçlı kullanımına ilişkin görüş ve tutumlarının incelenmesi (Gaziantep Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi örneği)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Demirel, Ö. ve Altun, E. (ED.)(2012) Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı. Ankara: Pegem A Yayınları.
- Demirel, Ö., Seferoğlu, S. ve Yağcı, E. (2004). *Öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Demirel, Ö. (2007). Eğitimde Yeni Yönelimler, Pegem A Akademi, Ankara.

- Ergenç, A. (2011). *Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Ersoy, A. ve Yaşar, Ş. (2003). “İlköğretim 4. ve 5. Sınıf Öğrencilerinin İnternet Kullanma Durumları”, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(4), 401-424.
- Ersöz, S. M. ve Seden, P. (2007). “İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum”, Medya Okuryazarlığı.(Editörler: Türkoğlu,N. Cimman, M. Şimsek, C.). İstanbul: Kalemus Yayınları ss.247-265
- Erişgen, Ö., Kılıç, Ü., Pelit, N. ve Vural, H. (2002). Uzaktan Eğitim Programlarına Genel Bir Bakış. *Açık ve Uzaktan Eğitim Sempozyumu*. 23-25 Mayıs 2002, Eskişehir.
- Ertmer, P. A. (2005). “Teacher pedagogical beliefs: The final frontier in our quest for technology integration?” *Educational Technology Research and Development*, 53(4), 25–39.
- Göksu, V. (2016). “Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya” Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Gümüş, Ç. ve Taşpınar, M.(2002). “ İnternet Kafelerin(Dijital Kütüphaneler) Denetlenmesi ve Eğitim Amaçlı Kullanımının Teşviki ” Yüksek Lisans Tezi.
- Gündüz, Ş. ve Odabaşı, F. (2004). Bilgi çağında öğretmen adaylarının eğitiminde öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme dersinin önemi, *The Turkish*

Online Journal of Educational Technology, 3(1). URL: <http://www.tojet.net/articles/v3i1/317.pdf> adresinden erişilmiştir.

Gürgün, S. ve İşman, A. (2008). Özel Okullarda Öğrenim Gören İlköğretim Öğrencilerini İnternete Yönelik Tutumve Düşünceleri (Acarkent Doğa Koleji Örneği). 8. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansında (IETC) sözlüolarak sunulmuştur. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi.

Harwood, W.S. and McMahon, M.M. (1997). Effects of integrated video media on student achievement and attitudes in high school chemistry. *Journal of Research in Science Teaching*, 34(6), 617-631.

Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı - Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32.

Horzum, M.B. (2010). Öğretmenlerin Web 2.0 araçlarından haberdarlığı, kullanım sıklıkları ve amaçlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* 7.(1). Erişim: <http://www.insanbilimleri.com>http://www.jasstudies.com/Makaleler/753228501_37kinayismail_T-

İnceoğlu, M.(2011). “Tutum Algı ve İletişim” Ankara: Siyasal Kitabevi.

İşman, A. (2002). “Sakarya ili öğretmenlerinin eğitim teknolojileri yönündeki yeterlilikleri.” *The Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET* ISSN: 1303-6521 volume 1 Issue 1 Article 10

Karacaoğlu; T. (2009). Çevrimiçi tehlike, *Aksiyon Dergisi Sayı 776/19-25* Ekim 2009. Tuba Kabacaoğlu (Aksiyon dergisi, 2009: sayı 776)

Karademir, T. ve Alper, A. (2011). *Öğrenme Ortamı Olarak Sosyal Ağlarda Bulunması Gereken Standartlar*. 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumunda sözlü olarak sunulmuştur. Elazığ, Fırat Üniversitesi.

- Karal, H. ve Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* 1(3), 251-263.
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karasar, Ş. (1999)“İnternet Ortamında Eğitim” Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi.
- Kaya, A. ve Kurnaz, Ş. (2010). “Ortaöğretim Sosyal Bilgiler Öğretiminde 6. ve 7. Sınıflarda İnternet Kullanımı (Kütahya-Simav Örneği) ” Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sosyal Bilgiler Öğretmenliği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kaya, Z. (2006). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme. Ankara: PegemA Yayınları.
- Kaya, Z. (2006). *Öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Kenanoğlu, R. ve Kahyaoğlu, M. (2011). *Okul Öncesi Öğrencilerin İnternet Kullanımı ile Bilişsel, Duyuşsal ve Sosyal Davranışları Arasındaki İlişki*. 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumunda sözlü olarak sunulmuştur. Elazığ, Fırat Üniversitesi.
- Koçak, Ö. ve Gülcü, A. (2013). “Fatih Projesi Kapsamındaki LCD Panel Etkileşimli Tahta Uygulamalarına Yönelik Öğretmen Tutumları(Erzincan İli Örneği) ” Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Erzurum.
- Mert, M., Bülbül, H.İ. ve Sağıroğlu, Ş. (2012). “Milli Eğitim Bakanlığına Bağlı Okullarda Güvenli İnternet Kullanımı”, *TÜTAV Bilim Dergisi*, 5(4), 1-12.

- ODTU ve TİB (2011). Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu. Ankara: Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu.
- Otrar, M. ve Argın, F.S. (2013). *Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması*. 7. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumunda (ICITS) sözlü olarak sunulmuştur. Erzurum, Atatürk Üniversitesi.
- Otrar, M. ve Argın, F. S.(2014). “Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi”*Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*.
- Öğüt, S. ve Dilmen, N. E., (2010). Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları. MÜ Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Konferansı Bildiri Kitapçığı.
- Özmenler, K. N. (2001). <http://www.gata.edu.tr/dahilibilimler/ruhsagligi/>, *Gata Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı*, Mart 2001.
- Özkan, P. N. (2013). Sosyal Ağ Kullanıcılarının E-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri. *II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design*, (s. 386-391). Famagusta– North Cyprus.
- Özmen, F. Akuzum, C. Sunkur, M ve Baysal, N. (2011). “*Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği*”.6. Uluslararası İleri Teknolojiler Sempozyumunda sözlü olarak sunulmuştur. Elazığ, Fırat Üniversitesi.
- Öztürk, T. Öztürk, F. Z.(2015) “ Tarih Öğretmen Adaylarının “Öğretim Teknolojisi ve Materyal Tasarımı” Dersine Yönelik Uygulamaları İle Görüşlerinin İncelenmesi” *Ordu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Ortaöğretim Bölümü. Ordu*.
- Palmer, S.(2013). “Zehirlenen Çocukluk Modern Dünyanın Çocuklar Üzerindeki Zararlı Etkileri”, Ed. B. Güzel, Üçüncü Baskı, İletişim Yayınları,

- Polat, O. ve Saban, A. (2013). “Eğitimde Sosyal Medya Platformlarının Öğretim Aracı Olarak Kullanılması Hususunda Tezlerin Değerlendirilmesi” (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya.
- Polat, C. ve Odabaş, H. (2008). Bilgi Toplumunda Yaşam Boyu Öğrenmenin Anahtarı: BilgiOkuryazarlığı. *Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, 596-606.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants, *On the Horizon*, 9 (5), 1-6.
- Sağıroğlu, N. ve Evrensel, A.(2015). “İlkokul Ve Ortaokul Öğrencilerinin Günlük İnternet Kullanım Sürelerinin Okul Başarılarıyla İlişkisi.”Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul.
- Seferoğlu, S. S. (2006). *Öğretim teknolojileri ve materyal tasarımı* (2. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Semerci, A. (1999). “Öğretim Amaçlı Bir Çoklu Ortam Yazılımı Geliştirilmesi, Uygulanması ve Değerlendirilmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Stanciu, A.,Mihai, F. and Aleca, O. (2012). “Social networking as an alternative environment foreducation.” *Accounting and Management Information Systems*, 11(1), pp.56-75.
- Subrahmanyam, K., Reich, S.M., Waechter, N. and Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use ofsocial networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Develop Mental Psychology*, 29, s.420-433.
- Sunn, F. (1999). “*Canavarın İnternetteki Sayısı*” (Çeviren: Özgül Eрман). İstanbul: Cep Yayınları.

- Şimsek, N. (2007). Öğretim Teknolojileri Kullanımı ve Materyal Geliştirme (Uygulama Örnekleriyle). Ankara: Asil Yayın, Dağıtım.
- Tokel, S.T., Başer, D. ve İşler, V. (2013). “Türkiye’deki Ebeveynlerin Çocuklarının İnternet ve Sosyal Paylaşım Siteleri Kullanımına Yönelik Bilgi Seviyeleri ve Algıları”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 225-236.
- Topal, M. ve Akgün, Ö.E., (2015). “Eğitim Fakültesinde Okuyan Öğretmen Adaylarının Eğitim Amaçlı İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi: Sakarya Üniversitesi Örneği”, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(1), 343-364.
- Tor, H. ve Erden, O. (2004) “İlköğretim Öğrencilerinin Bilgi Teknolojilerinden Yararlanma Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma”, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 3(1), 120-130.
- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya ve Yeni İletişim Ortamı: Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Thomas, R. (1996). *The İnternet for Scientists and Engineers*. N.Y.: IEE E Press.
- Turgut, Ö. P. (2010) İnternet Reklâmlarında Tasarım Sorunları: Banner Reklamlar Üzerine Bir İnceleme, <http://inet-tr.org.tr/inetconf10/bildiri/12.doc>
- Turnalar Kurtaran, G. (2008). *İnternet Bağımlılığını Yordayan Değişkenlerin İncelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- TÜİK (2013). *06-15 Yaş grubu çocuklarda bilişim teknolojileri kullanımı ve medya*. Haber bülteni no:15866, 22 August 2013.
- TÜİK (2014). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. Haber bülteni no: 16198, 22 August 2014.
- TÜİK (2016). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Haber Bülteni* Sayı: 21779, 18 Ağustos 2016.

- Utku, M. ve Başbüyük, A.(2015). Üniversite Öğrencilerinin Vatandaşlık ve Sosyal Medya (Sosyal Ağ) Vatandaşlık Algısının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ortaöğretim Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Vural, Z.B.A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.
- Wiberg, M. (2005). The Emerging Interaction Society. The Interaction Society[: Practice, Theories and Supportive Technologies. IGI Global.
- Yavuz, K.E. (2005). *Aktif öğrenme yöntemleri*. Ankara. Ceceli Yayınları.
- Yetim, H. (2009). Öğrenme Stilleri. (Ed. Şeref Tan, Öğretim İlke ve Yöntemleri. 4. Baskı Ankara: Pegem.
- Yıldırım, İ., 2006, “Akademik Başarının Yordayıcısı Olarak Gündelik Sıkıntılar ve Sosyal Destek”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 258-267.
- Yıldırım, R. (2001). Öğrenmeyi Öğrenmek. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- YÖK (2007). Eğitim Fakültelerinde Uygulanacak Yeni Programlar Hakkında Açıklama, 20.09.2010 tarihinde <http://www.yok.gov.tr> adresinden erişilmiştir.
- Yurdanur, A., Çini, Ö. ve Doğan, M. (2007). Web Tabanlı Uzaktan Eğitimde Tasarım Öğelerinin Öğrenme Üzerindeki Etkileri ve Öğrenci Tercihleri, Akademik Bilişim 2007, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Yüksek Öğretim Kurulu [YÖK]. (2007). *Öğretmen Yetiştirme Ve Eğitim Fakülteleri*(1982-2007). URL:<http://www.yok.gov.tr>adresinden erişilmiştir.
- Zuckerberg, M., Hughes, M. ve Dustin, C. (2013). *facebook*. Wikipedia [http://tr.wikipedia.org/wiki/ Facebook](http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook) adresinden alınmıştır.

EKLER

EK 1 KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Sevgili Öğrenciler;

Bu ölçek sizlerin İnternet ve Sosyal Medyaya İlişkin Algı ve Tutumlarınızı belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Aşağıda araştırma konusu ile algı ve tutumlarınızı belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Her ifadeyi okuduktan sonra ifadeye ne derece katıldığınızı ve katılmadığınızı liste üzerinde ayrılan yere işaretleyiniz. Araştırmanın kesin ve doğru sonuçlar verebilmesi için lütfen ölçek maddelerine samimi yanıtlar veriniz. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacağından adınız yazmanıza gerek yoktur.

Yrd. Doç. Dr. Vasfi Tuğun

Ebru Üçüncü

1) Yaşınız

2) Cinsiyetiniz

☐ Kız ☐ Erkek

3) Bölümünüz

4) Öğrenim Gördüğünüz Okul Türü

☐ Ortaokul ☐ Lise

5) Gelir Durumunuz

☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek

6) Ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?

☐ 1 Yıldan az ☐ 1-2 Yıl ☐ 2-3 Yıl ☐ 4 Yıl ve daha fazla

7) Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığınız nedir?

☐ Her gün bir kere ve daha fazla

☐ Her gün bir kere

☐ Haftada bir kereden fazla

☐ Haftada bir kere

☐ Ayda bir kere

8) Sosyal medya sitelerine her girdiğinizde harcadığınız süre ne kadardır?

☐ 5- 10 dakika ☐ 11-30 dakika ☐ 31-60 dakika ☐ 61-120 dakika

☐ 121 dakika ve daha fazla

9) Sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamlardan bağlanıyorsunuz?

- ☐ Ev ☐ İnternet Kafe ☐ Kablosuz ağ bulunan herhangi bir yer
☐ Diğer.....

10) Sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok hangi aracı kullanıyorsunuz?

- ☐ Masaüstü Bilgisayar ☐ Mobil Cihazlar(Cep Telefonu, iPhone, Tablet vb.)
☐ Dizüstü Bilgisayar

11) En çok hangi sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?

- ☐ Facebook ☐ Twitter ☐ Youtube ☐ Flickr
☐ Second Life ☐ Friendfeed ☐ Myspace ☐ Wikipedia
☐ Bebo ☐ Netlog ☐ Blogger ☐ Tumblr
☐ Wordpress ☐ Badoo ☐ Delicious ☐ Pobcast'ler
☐

Diğer.....

2.Lütfen aşağıdaki medya ortamlarını hangi sıklıkla kullandığınızı ilgili kutucuğa(x) işaretleyiniz.		Her zaman	Sıklıkla	Ara Sıra	Nadiren	Hiçbir Zaman	Bilgi Yok
1.Lütfen aşağıdaki medya ortamlarını hangi sıklıkla kullandığınızı ilgili kutucuğa(x) işaretleyiniz.		Her zaman	Sıklıkla	Ara Sıra	Nadiren	Hiçbir Zaman	Bilgi Yok
1.	Sosyal ağ siteleri (Facebook, Myspace, Friendfeed, Google plus, vb.)						
2.	Mesleki Ağ siteleri(LikedIn,XING, Acedemia vb.)						
3.	Fotoğraf paylaşım siteleri(Flicker vb.)						
4.	Müzik Paylaşım siteleri (Jamendo, LastFM vb.)						
5.	Microblog Uygulamaları(Twitter vb.)						
6.	Sosyal İmleme Siteleri(Digg, di.icio.us., Stumbleupon, Linkibol vb.)						
7.	Forumlar						
8.	Bloglar						
9.	Wikiler(wikipedia vb.)						
10.	Podastlar(Apple iTunes vb.)						
11.	Diğer(Lütfen belirtiniz):						

1.	Video İzlerim						
2.	Kendi çektiğim videoları paylaşırım						
3.	Hoşuma giden videoları paylaşırım						
4.	Fotoğraflara Bakarım						
5.	Kendime ait videoları paylaşırım						
6.	Hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım						
7.	Kendi ürettiğim müziği paylaşırım						
8.	İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum						
9.	Yazılarımı/ Görüşlerimi Paylaşırım						
10.	İçeriklere(video, müzik, fotoğraf, görüş, metin vb) yorum yazarım						
11.	İlgimi çeken konularda tartışmalara katılırım						
12.	İlgilendiğin kişilerin sayfalarını (yazdıklarını, yüklediklerini, içeriklerini vb. takip ederim						
13.	Chat(çevrimiçi sohbet)yaparım						
14.	Hoşuma giden gruplara üye olurum						
15.	Durumumu/Ruh Halimi konumumu belirtirim						
16.	Etkinlik sayfalarını takip ederim						
17.	Kişisel mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim						
18.	Sosyal Medyada yer alan oyun ve uygulamalara katılırım						
19.	Diğer(Lütfen belirtiniz):						

3.Aşağıda SOSYAL MEDYA KULLANMA NEDENLERİNİZE yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen aşağıdaki medya ortamlarını hangi sıklıkla kullandığınızı ilgili kutucuğa(x) işaretleyiniz.		Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1.	Eğlenceli zaman geçiriyorum					
2.	Boş zamanlarımı değerlendiriyorum					
3.	Günlük yaşamımın stresinden uzaklaşıyorum					
4.	Popüler şeyler ilgimi çekiyor					
5.	Kendimi özel ve önemli hissediyorum					
6.	Arkadaşlarım ve Tanıdıklarımla Sürekli iletişim İçinde Olabiliyorum					
7.	Yeni insanlarla tanışabiliyorum					
8.	Kendimi bir gruba ait hissediyorum					
9.	Yalnızlık hissinden kurtuluyorum					
10.	Yüzyüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum					
11.	Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor					
12.	Sosyal medyayı kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor					
13.	Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum					
14.	Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum					
15.	Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum					
16.	Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum					
17.	Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum					
18.	Durumları ve olayları farklı bakış açılarında değerlendirebiliyorum					
19.	Kendim gibi düşünen insanlarla bir araya gelebiliyorum					
20.	Düşüncelerimi özgür şekilde ifade edebiliyorum					
21.	Kendime güvenim artıyor					
22.	Potansiyelimi keşfediyorum					
23.	Kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum					
24.	Fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum					
25.	Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum					
26.	Toplumsal/Siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum					

4.Aşağıda SOSYAL MEDYA İLİŞKİN TUTUMLARI BELİRLEMEYE yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen aşağıdaki medya ortamlarını hangi sıklıkla kullandığınızı ilgili kutucuğa(x) işaretleyiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kayıtsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.					
2.	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
3.	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.					
4.	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.					
5.	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.					
6.	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
7.	Sosyal medya sitelerinin, beni ailemden kopardığını düşünüyorum.					
8.	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum.					
9.	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.					
10.	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
11.	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.					
12.	Paylaşımlarımla arkadaşlarımla beğenilmesinden hoşlanıyorum.					
13.	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünüyorum.					
14.	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.					
15.	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
16.	Özel ilgi duyduğum arkadaşlarıma sosyal medya siteleri aracılığıyla duyularımı daha rahat ifade edebiliyorum.					
17.	Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.					
18.	Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm.					
19.	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.					
20.	Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum.					
21.	Arkadaşlarımla paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.					
22.	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.					
23.	Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum.					

EK 2 KİŞİSEL BİLGİ FORMU

FA Ferhat Argın <arginferhat@gmail.com>
17.3.2017 (Cum), 00:13
Siz

Yanıt

Arşiv

18.3.2017 16:42 tarihinde yanıt verdiniz.

Sosyal Medya Tutum ...
63 KB

SMTÖ Makale.pdf
192 KB

2 ekin (255 KB) tümünü göster Tümünü indir Tümünü OneDrive - Kişisel konumuna kaydet

Ölçeği kullanabilirsiniz hocam. Şimdiden kolaylıklar dilerim.
İyi çalışmalar.

17 Mar 2017 00:00 tarihinde "ebru selin" <ebru.selin@outlook.com> yazdı:

Sn Ferhat Süleyman Argın Bey iyi akşamlar ben Ebru Üçüncü Yakın Doğu Üniversitesinde bilgisayar öğretim ve teknolojileri bölümünde yüksek lisans yapıyorum sizin "ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYAYA İLİŞKİN TUTUMLARINI BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI" adlı makalenizi inceledim eğer uygun görürseniz bitirme tezimde uygun şekilde atf yaparak Makalenizin anketini kullanabilir miyim?

https://outlook.live.com/owa/?path=/mail/inbox/rp

Yeni Yanıtla Sil Arşivle Gerekli Süpür Taşı Geri al

13.1.2018 13:10 tarihinde yanıt verdiniz.

İyi akşamlar,

tabiki kullanabilirsiniz. Memnun olorum.

Başarılar dilerim.

Yrd. Doç. Dr. Veysel ÇAKMAK
Aksaray Üniversitesi
İletişim Fakültesi
68100 Aksaray

Asst. Prof.
Aksaray University, Communication Faculty
Public Relations and Advertising Department

+90 382 288 2589

veyselcakmak@gmail.com

12 Ocak 2018 22:31 tarihinde ebru selin <ebru.selin@outlook.com> yazdı:

Sn Veysel ÇAKMAK Bey iyi akşamlar ben Ebru Üçüncü Yakın Doğu Üniversitesinde bilgisayar öğretim ve teknolojileri bölümünde yüksek lisans yapıyorum sizin "İLETİŞİM KAYGISININ SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNE OLAN ETKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ" adlı doktora tezinizi inceledim eğer uygun görürseniz bitirme tezimde uygun şekilde atf yaparak doktora tezinizin anketini kullanabilir miyim?

EK 3 ANKET İZİN FORMU



T.C.
AMASYA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı: 47611789-44 E.131884002
Konu: Elma UÇUNCU'nun Anket İzni

31.12.2016

VALİLİK MAKAMINA

İlg: Yalın Doğu Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'nin 25/12/2016 Tarih ve 726 sayılı yazısı.

İlgili yazıda, Yalın Doğu Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojisi Eğitimi Ana Bilim Dalı Öğrencisi Elma UÇUNCU'nun hazırlanmış olduğu "Orta Öğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyaya Yönelik Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi" konulu ekteki anketi, Müdürlüğümüz bağlı ortaöğretim kurumlarındaki öğrencilere uygulamak için izin talep edilmektedir.

Müdürlüğümüzde yapılan inceleme sonucunda ekteki anketin, ilişkili olduğu bağlı Resmî İmam-Hatip Anadolu Lisesi, Resmî Çok Programlı Anadolu Lisesi ve Teknik Anadolu Lisesi Olmak Üzere 3 (Üç) okulda okul ve yönetici bilgi yönetiminde Ders/Sınıf Öğretmenleri gözetiminde ve eğitim öğretileri aksatılmadan uygulanması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir. Makamınıza uygun görüldüğü takdirde Olur'unuzla arz ederim.

İsmail EKEN
Müdür a.
İl Millî Eğitim Şube Müdürü

OLUR
31.12.2016
Dr. Hüseyin Güneş
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdürü

EXLER:
1-Yazı(1 Sayfa)
2-Anket (23 Sayfa)

İzlenim ve görüşleriniz için lütfen geri dönüş yapınız.
13.12.16

Nergis Mah. Elmasiye Cad 05100 Merkez/ Amasya
Elektronik Ağı: Amasya meb.gov.tr
e-posta: idatibtk05@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için: Strateji Geliştirme Birimi
Tel: (0358) 212 29 92/220
Faks: (0358) 218 50 31

EK 4 TURNİTİN TEZ KONTROL FORMU

turnitin

Ödevler Öğrenciler Not Defteri Kutuphaneler Talimat Tartışma Teslimler

ÖRÜNTÜLENİYOR: ANASAYFA > 2019 TEZLER > TEZ KONTROL

Bu sayfa hakkında
Bu sizin ödev kutunuzdur. Bir yazılı ödevi görüntülemek için yazılı ödevin benzerlik sütunundaki Benzerlik Raporu ikonunu seçin. Tıklandığında otomatik olarak Benzerlik Raporunun henüz oluşturulmadığını gösterir.

Tez Kontrol
GELEN KUTUSU | GÖRÜNTÜLENİYOR: YENİ ÖDEVLER

Dosya Gönder

Çevrimiçi Derecelendirme Raporu | Ödev ayarlarını düzenle | E-posta bildirmeyenler

YAZAR	BAŞLIK	BENZERLİK	FİYANLA	CEMP	DÖRYA	ODEY NUMARASI	TARİH
Ebru Selin Uçinci	Yüksek Lisans Tezi	11%	-	-		1079674110	18-Şub-2019

Telif Hakkı © 1998 - 2019 Turnitin, LLC. Tüm Hakları Saklıdır.
Gizlilik Politikası | Gizlilik Sözleşmesi | Hizmet Koşulları | AŞ Veri Koruma Uyumluğu | Telif Hakkı Korunması | Yasa 5520'ye | Yardım Merkezi

turnitin

Yüksek Lisans Tezi

1 / 1

%11

1. GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları, araştırmada geçen kavram ve tanımlar bulunmaktadır. Öğretmen adaylarının bu ortamlara yönelik görüşleri alınacaktır.

1.1. Problem Durumu

Teknoloji, uygulaması güç olan ve zaman alıcı işlerin daha basit şekilde gerçekleştirilebilmek için kullanılan araç gereçlerden veya araç gereçsiz olarak uygulanan tekniklerdir. Ayrıca bilişim teknolojilerinden de yararlanılarak kişilerin doğa ile baş edebilmek amacıyla hazırladığı rasyonel disiplindir. Teknoloji bilimsel yöntemlerden yararlanarak doğada insanın var olmasını ve üstünlüğünü sağlayan düzenlenmiş yapıdır. (Kaya, 2006). Teknoloji, insan ve doğanın arasında tam bir

Sayfa: 1 / 86 Kelime Sayısı: 19682

Text-only Report | High Resolution

13 Selçuk Üniversitesi / ne... %<1 >