

**ERZURUM İLİ ÖRNEĞİNDE İLKOKUL  
ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA  
FARKINDALIĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME**

**Mine BATMAN**

**Yüksek Lisans Tezi  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım  
Anabilim Dalı  
Doç. Dr. Derya TELLAN**

**2014**

**Her hakkı saklıdır.**

**ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**Mine BATMAN**

**ERZURUM İLİ ÖRNEĞİNDE İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN**  
**SOSYAL MEDYA FARKINDALIĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ YÖNETİCİSİ**  
**Doç. Dr. Derya TELLAN**

**ERZURUM-2014**



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ BEYAN FORMU



26 /08 /2014

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE  
BİLDİRİM**

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum **“Erzurum İli Örneğinde İlkokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Farkındalığı Üzerine Bir İnceleme”** adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanması için izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

☒ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

☐ Tezimin/Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

26 /08 /2014

Mine BATMAN



**T.C.**  
**ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



**TEZ KABUL TUTANAĞI**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Doç. Dr. Derya TELLAN danışmanlığında, Mine BATMAN tarafından hazırlanan bu çalışma 26 / 08 / 2014 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Başkan** : Doç. Dr. Derya TELLAN

**Jüri Üyesi** : Doç. Dr. Raci TAŞÇIOĞLU

**Jüri Üyesi** : Yrd. Doç. Dr. Elif KÜÇÜK DURUR

İmza: .....

İmza: .....

İmza: .....

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. 26 / 08 / 2014

Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM  
Enstitü Müdürü

## İÇİNDEKİLER

|                          |      |
|--------------------------|------|
| ÖZET.....                | II   |
| ABSTRACT .....           | III  |
| KISALTMALAR DİZİNİ ..... | IV   |
| TABLolar DİZİNİ .....    | VII  |
| ŞEKİLLER DİZİNİ .....    | VIII |
| ÖNSÖZ.....               | IX   |
| GİRİŞ .....              | 1    |

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### SOSYAL MEDYA: TARİHSEL GELİŞİMİ, İÇERİĞİ VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 1.1. SOSYAL MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ ..... | 15 |
| 1.2. SOSYAL MEDYANIN İÇERİĞİ .....           | 21 |
| 1.3. SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM ..... | 30 |

### İKİNCİ BÖLÜM

#### İNTERNET, SOSYAL MEDYA VE EĞİTİM

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.1. EĞİTİMDE YENİ YÖNELİMLER .....                   | 41 |
| 2.2. EĞİTİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ .....           | 47 |
| 2.3. İNTERNET VE EĞİTİM SÜREÇLERİNDEKİ DÖNÜŞÜM.....   | 51 |
| 2.4. EĞİTİM SÜRECİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI ..... | 63 |

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### ERZURUM İLİ ÖRNEĞİNDE İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA FARKINDALIĞI ÜZERİNE ALAN ARAŞTIRMASI

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 3.1. ARAŞTIRMA SORULARI: GEREKÇE VE SUNUM .....       | 71 |
| 3.2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ: KAPSAM VE SINIRLILIKLAR ..... | 72 |
| 3.3. BULGULAR .....                                   | 77 |

|                 |     |
|-----------------|-----|
| SONUÇ.....      | 92  |
| KAYNAKLAR ..... | 107 |
| EKLER.....      | 119 |
| EK 1 .....      | 119 |
| ÖZGEÇMİŞ.....   | 120 |

**ÖZET****YÜKSEK LİSANS****ERZURUM İLİ ÖRNEĞİNDE İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL  
MEDYA FARKINDALIĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME****Mine BATMAN****Danışman: Doç. Dr. Derya TELLAN****2014, 129 sayfa****Jüri: Doç. Dr. Derya TELLAN****Doç. Dr. Raci TAŞÇIOĞLU****Yrd. Doç. Dr. Elif KÜÇÜK DURUR**

Yeni iletişim teknolojileri, insan yaşamını birçok yönü ile dönüştürmüştür. İçinde bulunduğumuz küreselleşme çağında toplumlar ve uluslar sosyal, kültürel ve ekonomik boyutlarda birbirine yakınsamıştır. Etkileşimin anında ve çok hızlı olmasını sağlayan teknolojiler aynı zamanda her türden verinin aktarımı ve dağıtımını da ağlararasılaştırmıştır.

Bilgisayar teknolojileri ve internet sayesinde dünyanın her köşesinden insanlar etkileşime girmekte; birbirleri ile çok farklı verileri kolaylıkla paylaşmaktadırlar. İş yaşamı ve gündelik yaşamda meydana gelen dönüşümlerin yanı sıra eğitim süreçleri de farklılaşmakta ve yeni teknoloji esaslı boyut kazanmaktadır. Esnekleşen eğitim metotlarının yanı sıra sunulan içerik de çeşitlenmekte ve insan yaşamına uyumlu hale gelmektedir.

Bu tez çalışması kapsamında insan yaşamının bir parçası haline gelen internet ve sosyal medya farkındalığı üzerine bir araştırma dizaynı tasarlanmıştır. Çalışmanın amacı henüz ilkokul çağında bireylerin sosyal medya farkındalıklarının ne olduğunu araştırmak ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını çözümlemektir. Erzurum ili kapsamında yürütülen çalışmada ilkokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve farkındalıklarının yaş ve ikamet edilen bölge/yere göre ne düzeyde farklılaştığı sorusuna yanıt aranmıştır. Yapılan inceleme sonucunda yaş ve ikamet edilen bölge bazında sosyal medya kullanım ve farkındalığının farklı olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Bilgisayar teknolojisi, internet, sosyal medya, eğitim, farkındalık.

**ABSTRACT**

**MS. THESIS**

**A STUDY ON THE SOCIAL MEDIA AWARENESS OF PRIMARY SCHOOL  
STUDENTS IN THE SAMPLE OF ERZURUM**

**Mine BATMAN**

**Advisor: Assoc. Prof. Dr. Derya TELLAN**

**2014, Page: 129**

**Jury: Assoc. Prof. Dr. Derya TELLAN**

**Assoc. Prof. Dr. Raci TAŞÇIOĞLU**

**Asst. Prof. Dr. Elif KÜÇÜK DURUR**

New communication technologies changed human life in very different scopes. In the globalization age societies and nations began to face economically, socially and culturally cohesive process to each other. Technologies enabling simultaneous and fast communication and interaction can also allow the transfer and broadcast of every type of data on the internet.

People from every part of the world can interact with each other through the new computer technologies and internet and share various kinds of data they have very easily. In addition to the transformations they cause in work and daily life, they can affect and alter educational processes and such processes have turned out to be technology based ones. As well as the increasing flexibility of education methods, contents offered can also be varied and have also become compatible with human life.

Within the context of present dissertation, a study was designed on the determination of the awareness level of internet and social media, which are now accepted to be an indispensable part of human life. Objective of the present study is to investigate the level of social media awareness primary school students bear and analyse their habits of social media use. In the scope of the study carried out in the city of Erzurum, levels of social media use and awareness of primary school students were investigated according to age and neighbourhoods/places students live. It was found as the result of the study that use and awareness of social media differed according to student age and their living areas.

**Key Words:** Computer Technology, Internet, Social Media, Education, Awareness

## KISALTMALAR DİZİNİ

|          |                                                                                    |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------|
| ABD      | : Amerika Birleşik Devletleri                                                      |
| ARPA     | : Advanced Research Projects Agency<br>(İleri Araştırma Projeleri Ajansı)          |
| ARPANET  | : Advanced Research Projects Agency Network                                        |
| ASAGEM   | : Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü                                      |
| BITNET   | : Because It's Time Network                                                        |
| BMEWS    | : Ballistic Missile Early Warning System                                           |
| CD       | : Compact Disc                                                                     |
| CERN     | : European Organization for Nuclear Research<br>(Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi) |
| CISCO    | : CISCO Networking Academy                                                         |
| CIX      | : Commercial Internet Xchange                                                      |
| CNN      | : Cable News Network                                                               |
| CPU      | : Central Processing Unit                                                          |
| DARPANET | : Defense Advanced Research Projects Agency Network                                |
| DDN      | : Defense Data Network                                                             |
| DEW      | : Distant Early Warning                                                            |
| DNS      | : Domain Name System (Etki Alanı Sistemi)                                          |
| DVD      | : Digital Versatile Disc (Çok Amaçlı Sayısal Disk)                                 |
| EDVAC    | : Electronic Discrete Variable Automatic Computer                                  |
| ENIAC    | : Electronic Numerical Integrator and Computer                                     |
| GAA      | : Geniş Alan Ağları                                                                |
| GB       | : Gigabayt                                                                         |
| HD       | : High Definition                                                                  |
| HTML     | : Hypertext Markup Language (Köprü Metni İşaretleme Dili)                          |
| HTTP     | : Hypertext Transfer Protocol (Köprü Metni Aktarım Protokolü)                      |
| IBM      | : International Business Machines (Uluslararası İş Makineleri)                     |
| IC       | : Integrated Circuit                                                               |
| ICMP     | : Internet Control Message Protocol                                                |
| ILSIS    | : İl ve İlçe Milli Eğitim Müdürlükleri Yönetim Bilgi Sistemi                       |

|         |                                                                 |
|---------|-----------------------------------------------------------------|
| IP      | : Internet Protocol                                             |
| IPTO    | : Information Processing Technology Office                      |
| ISP     | : Internet Service Provider                                     |
| LAN     | : Local Area Network                                            |
| LSI     | : Large Scale Integration                                       |
| LCD     | : Liquid Crystal Display                                        |
| MEB     | : Milli Eğitim Bakanlığı                                        |
| MEBSIS  | : Milli Eğitim Bakanlığı Bilişim Sistemleri                     |
| MILNET  | : Military Network                                              |
| MSN     | : Microsoft Network                                             |
| NFSNET  | : National Science Foundation Network                           |
| NSF     | : National Science Foundation                                   |
| NYU     | : Academic Research Center                                      |
| ODTÜ    | : Orta Doğu Teknik Üniversitesi                                 |
| ÖİYS    | : Öğrenme ve İçerik Yönetim Sistemleri                          |
| PC      | : Personal Computer                                             |
| PPBS    | : Planning, Programming and Budgeting System                    |
| RAND    | : Research AND Development Corporation                          |
| RT      | : Retwitt                                                       |
| RTÜK    | : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu                                |
| SACCS   | : Strategic Air Command Control System                          |
| SAGE    | : Semi Automatic Ground Environment                             |
| SPSS    | : Statistical Package for the Social Sciences                   |
| TBMM    | : Türkiye Büyük Millet Meclisi                                  |
| TCP     | : Transmission Control Protocol                                 |
| TICCIT  | : Zaman Paylaşımli ve Etkileşimli Bilgisayar Kontrollü Öğretici |
| TR-NET  | : Türk İnternet                                                 |
| TUBİTAK | : Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu                   |
| TUVAKA  | : Tüm Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı                  |
| TÜİK    | : Türkiye İstatistik Kurumu                                     |
| TT      | : Trending Topic                                                |
| TV      | : Televizyon                                                    |

|        |                                                                    |
|--------|--------------------------------------------------------------------|
| UDP    | : User Datagram Protocol                                           |
| ULSI   | : Ultra-Large Scale Integration                                    |
| URL    | : Uniform Resource Locator                                         |
| UNESCO | : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization |
| UNIX   | : UNIX İşletim Sistemi                                             |
| USB    | : Universal Serial Bus (Evrensel Seri Veriyolu)                    |
| USENET | : User's Network                                                   |
| VCD    | : Video Compact Disc                                               |
| VLSI   | : Very Large Scale Integration                                     |
| WAIS   | : Wide Area Information Servers (Geniş Alan Bilgi Sunucuları)      |
| WAN    | : Wide Area Networks                                               |
| WWW    | : World Wide Web                                                   |
| YAA    | : Yerel Alan Ağları                                                |
| ZB     | : Zetabayt                                                         |

## TABLOLAR DİZİNİ

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1.1.</b> Web 1.0 ile Web 2.0 Karşılaştırması .....                                                                  | 13 |
| <b>Tablo 1.2.</b> Sosyal Medya Kategorileri ve Uygulamaları .....                                                            | 24 |
| <b>Tablo 1.3.</b> Sosyal Paylaşım Ağlarının Sunduğu Ürün ve Hizmetler .....                                                  | 29 |
| <b>Tablo 2.1.</b> Çoklu Zeka Teorisine Göre Zeka Tipleri .....                                                               | 54 |
| <b>Tablo 2.2.</b> Ükelere Göre Facebook Kullanıcıları .....                                                                  | 66 |
| <b>Tablo 3.1.</b> Erzurum İli Kapsamında Mevcut İlkokulların Dağılımı .....                                                  | 75 |
| <b>Tablo 3.2.</b> Araştırma Grubunun Halen Eğitim Almakta Olduğu Okulların Dağılımı ....                                     | 75 |
| <b>Tablo 3.3.</b> Araştırma Grubunun Yaş Dağılımı .....                                                                      | 77 |
| <b>Tablo 3.4.</b> Araştırma Grubunun Babalarının Mesleklerinin Dağılımı .....                                                | 79 |
| <b>Tablo 3.5.</b> Araştırma Grubunun Annelerinin Mesleklerinin Dağılımı .....                                                | 79 |
| <b>Tablo 3.6.</b> Araştırma Grubunun Kardeş Sayısı Dağılımı .....                                                            | 80 |
| <b>Tablo 3.7.</b> Araştırma Grubunun Günlük Televizyon İzleme Süreleri .....                                                 | 80 |
| <b>Tablo 3.8.</b> Araştırma Grubunun İzlediği Programların Dağılımı .....                                                    | 81 |
| <b>Tablo 3.9.</b> Öğrencilerin İnterneti Kullanım Amaçlarına Göre Dağılım .....                                              | 82 |
| <b>Tablo 3.10.</b> Öğrencilerin Cep Telefonu ile En Çok Aradıkları Kişilere Göre<br>Dağılım.....                             | 82 |
| <b>Tablo 3.11.</b> Araştırma Grubunun Cep Telefonunu Kullanım Amaçlarına Göre<br>Dağılım.....                                | 83 |
| <b>Tablo 3.12.</b> Cinsiyete Göre Kitle İletişim Aracı Sahipliği ve Kullanımı .....                                          | 87 |
| <b>Tablo 3.13.</b> İkamet Edilen Bölgeye/Yere Göre Kitle İletişim Aracı Sahipliği ve<br>Kullanımı.....                       | 88 |
| <b>Tablo 3.14.</b> Eğitim Alınan Okulların Bulunduğu Bölgeye/Yere Göre Kitle İletişim<br>Aracı Sahipliği ve Kullanımı .....  | 89 |
| <b>Tablo 3.15.</b> Araştırma Grubunun Eğitim Aldığı Sınıf Düzeyine Göre Kitle İletişim<br>Aracı Sahipliği ve Kullanımı ..... | 90 |

## ŞEKİLLER DİZİNİ

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Şekil 1.1.</b> Twitter Profil Grupları .....                                                                   | 27 |
| <b>Şekil 2.1.</b> Eğitimde Bilgisayardan Yararlanma Biçimleri .....                                               | 56 |
| <b>Şekil 3.1.</b> Alan Araştırmasına Katılan Öğrencilerin Cinsiyet Dağılımı.....                                  | 77 |
| <b>Şekil 3.2.</b> Araştırma Grubunun Halen Eğitim Almakta Olduğu Sınıfların Dağılımı.....                         | 78 |
| <b>Şekil 3.3.</b> Öğrencilerin İkamet Ettikleri Yerleşim Yerine Göre Dağılım .....                                | 78 |
| <b>Şekil 3.4.</b> Öğrencinin Ödevlerini Yapmak için İnternet Kullanımına Göre Dağılımı ....                       | 83 |
| <b>Şekil 3.5.</b> Derslerle İlgili Kaynak Bulmak İçin İnternet Kullanımı .....                                    | 84 |
| <b>Şekil 3.6.</b> Araştırma Grubunun İnterneti Oyun Amacıyla Kullanımına Göre Dağılım ..                          | 84 |
| <b>Şekil 3.7.</b> Velilerin Okulla İlgili Bilgilere Ulaşmak için İnternet Kullanımı Dağılımı ..                   | 85 |
| <b>Şekil 3.8.</b> Araştırma Grubunun Arkadaşlarıyla Cep Telefonu Aracılığıyla<br>Mesajlaşmalarının Dağılımı ..... | 85 |
| <b>Şekil 3.9.</b> Araştırma Grubunun MSN Kullanımı Dağılımı .....                                                 | 86 |
| <b>Şekil 3.10.</b> Araştırma Grubunun Facebook Kullanımı Dağılımı .....                                           | 86 |
| <b>Şekil 3.11.</b> Araştırma Grubunun Twitter Kullanımı Dağılımı .....                                            | 87 |

**ÖNSÖZ**

İçinde bulunduğumuz yüzyıl, bilgi çağı olarak anılmaktadır. Bu çağda insan yaşamında teknoloji önemli bir yere sahiptir. İnsanların ilişkilerinde ve özel veya kamusal etkileşimlerinde sosyal medya önemli bir araca dönüşmektedir. Sosyal medya aynı zamanda eğitim süreçleriyle de ilişkilendirilebilecek bir araç olup bu bağlamda ilkokul öğrencilerinin sosyal medya farkındalığı üzerine yapılan tez çalışması, bilgisayar ve internet çağında öğrencilerin yeni iletişim teknolojilerini kullanma sıklıklarını ve amaçlarını çözümlemeyi amaçlamıştır. Erzurum ili örneğinde gerçekleştirilen alan araştırması ile ilkokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ilişkin çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Eğitimde yeni iletişim teknolojilerinin ve sosyal medyanın kullanımı üzerine değerli bilgiler sunması açısından çalışma önem taşımaktadır.

Tez çalışmam boyunca beni yönlendiren, teşvik ve bilgisini esirgemeyen, tez çalışmasının teorik ve uygulama aşamalarında yol gösteren ve önerilerde bulunan danışmanım Sayın Doç. Dr. Derya TELLAN'a, çalışmamı yürütmemde desteğini esirgemeyen Sayın Ahmet UZUN'a ve emeklerini asla ödeyemeyeceğim saygıdeğer annem Hülya BATMAN ve babam Cevdet BATMAN'a sonsuz teşekkür ederim.

**Erzurum - 2014****Mine BATMAN**

## GİRİŞ

İletişim, insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. İnsanın var olduğu andan itibaren yaşamının her anında kendisi ve çevresi ile iletişim kurduğu bilinmektedir. “İnsanla başlayan ve insanla devam eden bir edim, bir ilişki biçimi. İletişim, insanın başka insanlarla bir arada olmaya, topluluk halinde yaşamaya başlamasına koşut olarak geliştirilen bir etkileşimsel ve iletişimsel edimdir” (Güngör, 2011:17). Hayatlarını anlamlı kılmada ve yaşadıkları çevredeki diğerleri ile etkileşiminde her zaman amaçlı iletişim kuran insanlar, bu etkileşimlerinde çeşitli araç ve tekniklerden yararlanma yoluna gitmişlerdir. Dil, yazı, giyim-kuşam, haberleşme teknikleri, bilim ve teknoloji insanoğlunun doğa ve diğer insanlarla iletişim kurma çabasının bir uzantısı olarak gelişim göstermiştir. Televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medyanın yanı sıra yeni medya da insan yaşamında önemli bir yer tutmaktadır.

“O halde iletişim, ileti alışveriş ilişkisinden ibaret basit bir çizgisel süreç değil, karmaşık, çok boyutlu, çok yönlü, çok amaçlı bir ilişki ortamıdır. Dolayısıyla da iletişim gönderici (kaynak), ileti, araç, alıcı (hedef) gibi ögeler arası doğrusal işleyen bir süreç değil, oldukça çok yönlü, girift bir ilişki alanı, bir işleyiştir. İletişimin bu çoklu ve karmaşık ilişki ortamında yalnızca ileti aktarımı değil, aynı zamanda ileti üretimi, yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda bilgi üretimi de gerçekleşmektedir. Bu ortamda gönderici, alıcıya çoğu zaman kendisinin de içerisinde yer aldığı ilişkiler ve sistem içinde oluşturulan bilgiyi, fikirleri, değerleri aktarır ve benimsenmesini sağlamaya çalışır” (Güngör, 2011:21-22).

İletişim basitçe açıklanamayacak kadar karmaşık ve çok boyutlu bir süreç olup; amaçlı, planlı ve örgütlü bir yapının içinde gelişmektedir. İletişim, tarihsel süreçlerden bağımsız değildir. “Bilginin toplumsallaşması, yani toplumsal yansımaları olması, toplumsal bağlam, toplumsal anlam kazanması” şeklinde ifade edilebilecek olan teknoloji, insan toplumlarına etki yapan, bazen sorun yaratan, bazen çözüm sunan bir toplumsal alandır (Atabek, 2003:57). Teknolojik gelişmeler iletişim süreçlerini dönüştürmekte, bireylerin ilişki ve etkileşimlerinde önemli ortamların açığa çıkmasını sağlamaktadır. Öyle ki, günümüz toplumlarında her geçen gün artan sayıda insanın

bilgisayarlar aracılığıyla günlük işlerini yürütür hale geldiği gözlemlenmektedir. Toplumı oluşturan bireylerin gündelik yaşamlarında ve resmi iletişimlerinde internet önemli yer tutarken; “kimileri için iletişim, kimileri için reklam ve tanıtım, kimileri için dostluklar kurma, kimileri için propaganda, kimileri için savaş aracı olan sosyal medya, her kesimden kullanıcısıyla yaşantımızın vazgeçilmez unsurları arasındaki yerini aldı” (Sanlav, 2014:13).

Günümüzde “sosyal medya” olarak tanımladığımız olgunun geldiğimiz noktada önemini kavrayabilmek açısından insanlık tarihi gözden geçirildiğinde, 19. yüzyılın ilk yarısında telgrafın, ikinci yarısında telefonun, 20. yüzyılın başlarında ise telsiz iletişiminin gelişmesi sonucunda, insanlar, ekonomiler ve devletler arasındaki uzaklıkların ortadan kalktığı, etkileşimin yoğunlaştığı görülmektedir. İletişim teknolojilerinin bilgisayar teknolojisi ile buluşması ise iletişim alanındaki teknolojinin gelişme hızının katlanarak artmasına neden olmuştur (Özdemir, 2005:205). Böylesine bir dönüşüm, ekonomik boyutuyla Gayri Safi Milli Hasılanın imalat sektöründen enformasyon ve hizmetler sektörüne kayması şeklinde açıklanmaktadır. Genel olarak üretim ilişkileri, sermaye ve serbest pazar ekonomisi üzerine yapılan küreselleşme, “üretimin mekansal olarak yeniden düzenlenmesini, sanayilerin sınır ötesi karşılıklı birbirine nüfuz etmelerini, finansal pazarların yayılmasını aynı türden tüketim mallarının değişik ülkelere yayılmasını içerir” (aktaran Temizkan ve Polat, 2013:174). Küreselleşme teknolojinin açığa çıkardığı dönüşümlerden de beslenmektedir. Bu bağlamda günümüz toplumunun yaşamında önemli bir yer tutan “sosyal medya”nın anlaşılabilirliği ve yaygınlaşmasının artalanındaki dinamiklerin çözümlenebilmesi, iletişim teknolojilerinin tarihsel gelişim seyrinin izlenmesini adeta bir zorunluluğa dönüştürmektedir.

“Mesajlarımızı, tarih boyunca sürekli daha hızlı hareket eden ve daha taşınabilir ortamlar ile iletme yoluna gitmişizdir. Örneğin, önce duvarlara yazı ve resimler işlerken sonraları taş ve kil tabletlere, daha sonra da parşömen, papirus ve kağıt üzerine işlemişiz. Elektronik iletişim ortamları ise bugüne kadar ulaşabildiğimiz en hızlı ve en taşınabilir iletişim ortamlarını temsil ediyor. Bu anlamda baktığımızda, ‘geleneksel’ diye tanımlayabileceğimiz medyanın ancak belirli kısa zaman dilimleri içinde söylendiğini görüyoruz. Diğer bir deyişle, medya, içeriğini daha

hızlı ve daha kolay taşıyabilmek, kullanıcılarına ulaştırabilmek için sürekli dönüşüyor. Örneğin, kitap televizyona göre daha geleneksel bir iletişim aracıdır. Yani daha uzun süreden beri kullanılmaktadır ama İnternetin yaygınlaşması ile birlikte, kitap kavramının bazı temel öğelerini değişime zorlayan hipermetin diye bir kavram ortaya çıkmıştır. Hipermetin, internet üzerinde kayıtlı enformasyonlar arasında bağlantılar (link) kurarak oluşturulan bir metin türünü ifade etmektedir. Kitapta olduğu gibi enformasyonlar birbirini takip eden sayfalar halinde doğrusal bir okuma gerektirmezler. Okuyucu bağlantılar arasında kendi tercihiine göre enformasyonları takip edebilir. O yüzden bir okuyucunun internet üzerinde yaptığı okuma bir başka okuyucununkine benzemez” (Sütçü, 2012:83).

İnsan yaşamında önemli yere sahip olan kitle iletişim araçları, teknik araçlar kullanılarak zaman ve uzam içinde büyük sayılarda ve boyutlarda tekrarlanabilir mesajın/verinin izleyici/takipçi topluluklarına sunumunu sağlamaktadır. Tarihsel gelişimi içerisinde medya, “geleneksel” ve “yeni” başlıkları altında ele alınmaktadır. “Zamansal olarak ortaya ilk çıkan her iletişim teknolojisi yenidir” (Geray, 1994:5). “Enformasyon” kavramı ise “bir iletişim sistemindeki belirsizliğin azaltılması” karşılığında kullanılmaktadır (Headrick, 2002:13).

“Yeni medyanın en önemli özelliklerinden biri etkileşimdir ve iletişim alanında en çok tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Tam anlamıyla etkileşimi iletişim sürecinde kaynağın alıcı, alıcının da kaynak olabildiği durumla özdeşleştiren araştırmacılar vardır. Ayrıca, yeni iletişim teknolojilerinin geleneksel medyalarla karşılaştırılmasında kitle iletişim araçlarının tek yönlü olduğu varsayımı kabul edilmektedir. Oysa ne gazetelerin ne de televizyonun bütünüyle tek yönlü araçlar olduğunu kabul etmek mümkündür. Geleneksel kitle iletişim araçlarının da geri besleme (*feedback*) kanalları aracılığıyla etkileşime açık kapı bıraktıklarının kabul edilmesi gerekir. Gazetelerin satış rakamları, televizyonun izlenme oranları, izleyici veya okuyucu mektupları, telefonları birer etkileşim sürecidir. Etkileşimi sadece alıcının vericide olabildiği konumla özdeşleştirmek, kavramı çok daraltmaktadır. Geri

beslemeyi veya seçmeyi etkileşim olarak kabul etmek de tanımı gereğinden fazla genişletmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin etkileşim boyutu göz önüne alınırken, onu diğerlerinden ayırt edici bazı özellikleri vurgulanmalıdır. Bunlardan birincisi, yeni iletişim teknolojileri, alıcı ile verici arasındaki kanalda etkileşime olanak veren bir kanal ayırmasıdır. Bu özellik, geleneksel iletişim araçlarının hiçbirinde yoktur... Demek ki yeni iletişim teknolojileri bağlamında etkileşim şöyle tanımlanabilir: İletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü artırabilmesi etkileşimdir” (Geray, 2003:17-18).

Toplumların, tarihsel süreç içerisinde yaşanan sosyo-ekonomik (ve özellikle üretim yapısındaki) dönüşüme paralel olarak ilkel toplum→tarım toplumu→sanayi toplumu→bilgi toplumu sınıflandırması içerisinde adlandırıldıkları gözlenmektedir. Feodalizmin egemen olduğu bir yapıdan sanayileşmenin hüküm sürdüğü toplumsal yapıya geçiş, 18. yüzyılın sonunda gerçekleşen üretim tarzındaki dönüşümü ifade eden ‘Sanayi Devrimi’ ve siyasal çalkantıların bir sonucu olarak ortaya çıkan ‘Fransız İhtilali’yle olmuştur<sup>1</sup>. Toprağın işlenmesine dayanan feodal toplumda, evlerde, el tezgahlarında gerçekleştirilen üretim, Sanayi Devrimi sonrasında fabrikalara taşınmış; toplumsal kurumlar da hem yapısal hem de etkinlik olarak farklılaşmıştır. “Tarım toplumundan sanayi toplumuna dönüşüm uzun bir süreci içermiş, toplumda meydana gelen büyük çatışmalar ve yapısal değişimlerle birlikte 100 yılı aşkın bir dönem içinde sanayi toplumunun yapısı kurumsallaşmış ve yerleşmiştir” (Aktan ve Tunç, 1998:118-134). Tarım toplumu, göçebe yaşamdan yerleşik yaşama geçişi temsil etmektedir. Göçebe yaşamı zorunlu kılan taze besin ve bitki örtüsü bulma çabası ile avcılık uğraşısının yerini toprağı işleyerek bitki üretme ve hayvanları evcilleştirerek gündelik yaşamda onlardan bir besin kaynağı olmanın dışında da yararlanma gelmekteydi. “M.Ö. 8000 yıllarına gelindiğinde hayvanların ilk kez evcilleştirildiği bölgeye, ateşin kullanılmasından beri en büyük değişimi müjdeleyen yeni bir şey geldi. Bu değişim, bitkilerin evcilleştirilmesiydi. Her nasılsa insanlar bilerek tohum ekmeyi, büyümesini

<sup>1</sup>“Sanayi Devrimi; James Watt’ın 1769’da buhar makinesini bulması ve bunun enerji kaynağı olarak kullanılması gibi yeni teknolojilerin ekonomik alanda artan ölçüde kullanılmasına yol açmış, Fransız Devrimi ise, sosyal, siyasal ve kültürel alanı etkisi altına almıştır” (Aktan ve Tunç, 1998:118-134).

beklemeyi, sulamayı ve rekabet eden bitkileri temizleyerek olgunlaşmasını beklemeyi keşfettiler” (Asimov, 2006:19-20).

Elektronik, bilişim ve ekonomi unsurlarının etkileşiminden doğan otomasyon dönemi ise, Sanayi Devrimi ile başlamıştır. Bu ilk otomasyon döneminin belirleyici özelliği insan gücünün makinelerle yer değiştirmesidir. Bu otomasyon dönemi kömüre dayalı enerji üreten buhar makineleri ile başlamış, fabrikaların yanı sıra deniz, demiryolu ulaşım sistemleri yaygın uygulama alanlarını oluşturmuştur. İkinci otomasyon döneminin başlaması ise, elektriğin enformasyon içerebilme ve iletebilme özelliklerinin gelişmesine dayalı olarak ortaya çıkmıştır. Elektromanyetizmanın keşfedilmesi, birçok deneyin teşvik edilmesini sağlamıştır. İkinci otomasyon döneminin ilk işaretleri; 19. yüzyılda telgraf<sup>2</sup> ve telefon<sup>3</sup>’un icadı ve 20. yüzyılın başında elektromanyetik dalgalar ile telsiz haberleşmesinin sağlanmasıdır. “Telgraf düşüncesi bir dizi insanın aklına gelmişti, bunların arasında Henry ve İngiliz mucit Charles Wheatstone da vardı. Bu, sadece uzun bir teli asma ve bir anahtarı açıp kapayarak aralıklarla elektrik yollama meselesiydi. Aralıkların bir araya gelmesi harfler ve sözcükler olarak yorumlanabiliyordu” (Asimov, 2006:302). İşitme engeli bulunan insanlara yardım etmek isteyen ve Michael Faraday’ın 1830’larda gerçekleştirdiği deneylerle ortaya koyduğu, elektrik sinyalleri kanalıyla sözlü iletişimin sağlanabileceği bilgisinden hareket eden Alexander Graham Bell tarafından 1876 yılında icat edilmiştir (Pasachoff, 2003).

Elektromekanik esaslı enformatik hizmetlerinin ticari kullanıma sunumu 19. yüzyılın ortalarından itibaren gerçekleşmeye başlamıştır. “1851 yılında Londra Crystal Palace’da ilk evrensel fuar -Tüm Ulusların Endüstriyel Çalışmalarından Oluşan Büyük Fuar (*Great Exhibition*)- gerçekleştirilmiştir. Bu, İngiltere ve Fransa arasındaki ilk telgraf bağlantı linkinin kurulmasıydı. 1876 Philadelphia Fuarı’nda A. Graham Bell’in telefonu teşhir edildi. 1893 yılında gerçekleştirilen Chicago Dünya Fuarı Chicago ile New York arasında kurulan ilk telefon bağlantısı ile açıldı. Bütün bunlar, icat edilen

<sup>2</sup>Yazılı mesajların bir araç aracılığıyla uzun mesafelere ulaştırılması/iletilmesi ve karşı tarafın bu mesajı alması anlamına gelen telgraf, İngilizce ‘telegraphy’ olarak adlandırılmakta olup, kelime kökeni, Yunanca ‘tele’ (uzak) ve ‘graphein’ (yazmak) kavramlarından oluşmaktadır. Radyo telegraf veya kablosuz telegraf mesajları radyo aracılığıyla iletme anlamına gelirken, telgrafın günümüzdeki formları arasında fax, e-mail ve en genel anlamıyla da bilgisayar ağları gelmektedir.

<sup>3</sup>Yunanca ‘tele’ (uzak) ve ‘fone’ (ses) sözcüklerinden türetilmiş olan telefon, sesin elektrik sinyallerine dönüştürülerek bir tel ya da radyo dalgaları aracılığıyla farklı uzaklıklardaki mekanlara iletilmesinde kullanılan bir araç olarak geliştirilmiştir.

iletişim teknolojilerinin materyalleştirilmesi, idealleştirilmesi, gelişim nosyonu, medenileşme ve evrenselleşmenin ilk örnekleridir” (Mattelart, 1994:26-27).

Küreselleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin tüm dünyada kullanım yaygınlığı kazanması birbiriyle ilişkili olgulardır. Bu bağlamda enformasyon dolaşımı dönemin en belirgin özelliğı haline gelmiştir. Toplumsal dönüşüme bağılı olarak sanayi toplumundan enformasyon toplumuna geçiş de “sanayi sonrası”, “kapitalizm sonrası” ve “ideoloji sonrası” gibi başlıklarla anılmaya başlamıştır (Hamelink, 1991). “Enformasyon Toplumu” kavramı ilk olarak 1950’lerin sonunda, ABD ekonomisinin “bilgi üretimi ve dağıtımıyla” ilişkili kesimini ilk defa değerlendiren iktisatçı Fritz Machlup tarafından kullanılmıştır (Beniger, 2010:450).

İletişim ve bilgiileşim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu kitle iletişimi (radyo, TV vb.)<sup>4</sup>, noktadan noktaya iletişim (mektup, telgraf, telefon, teleks, pager vb.) ve veri iletişimi (bilgisayar/internet, cep telefonu vb.) şeklindeki iletişim tarzları gün geçtikçe birbirine dönüşmekte ve farklılıkları azalmaktadır. Bilgisayar ve telekomünikasyonun birleşmesiyle çeşitli teknolojiler ortaya çıkmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin en belirgin özellikleri arasında **karşılıklı etkileşim, kitesizleştirme, eşzamansız olabilme** sıralanabilir. “Özetlemek gerekirse, yeni iletişim teknolojileri, hem kullanıcılar arasındaki hem de kullanıcılar ile enformasyon arasındaki karşılıklı iletişimi içlerinde bulunan mikro-işlemcilerle sağılayan veya geliştiren iletişim araçlarıdır” (Geray, 1994:9).

II. Dünya Savaşı’nın başlaması ile ülkeler bilgisayarların potansiyel stratejik önemi nedeniyle bilgisayar araştırmalarına yönelmiştir. 1941’de Alman mühendis Konrad Zuse uçak ve roketler için Z3 olarak adlandırılan bir bilgisayar geliştirmiştir. Müttefik kuvvetler daha güçlü bilgisayarlar için çalışmaya başlamışlardır. 1944’de İngilizler Almanların mesajlarını çözebilmek için Colossus adlı gizli kodları kırmayı başaran bilgisayarı tasarlamıştır. IBM ile çalışan Howard H. Aiken, 1944’de tamamen elektronik hesap makinesini üretmiştir. Savaş nedeniyle Amerikan hükümeti ve Pennsylvania Üniversitesi ortaklığında ENIAC (*Electronic Numerical Integrator and*

<sup>4</sup> Kitle iletişim araçları içerisinde toplumlara en hızlı ve yaygın biçimde ulaşan iki elektronik araç: Radyo ve televizyondur. Radyo, mesajı (iletiyi) elektronik yolla, yalnızca ses olarak iletirken, televizyon hem ses, hem görüntü olarak iletmektedir. Radyo, kamuya 1920’lerden (I. Dünya Savaşı sonrası), televizyon ise 1945’lerden (II. Dünya Savaşı sonrası) beri yayın yapmaktadırlar.

*Computer*) adındaki bilgisayar geliştirilmiştir (Schwartz Cowen, 2010:462). 1945’de ise verilerin de programlar gibi hafızada tutulabildiği EDVAC tasarlanmıştır.

Transistörlerin 1948’de keşfi ile bilgisayarların gelişimi hız kazanmıştır. “Önceleri yüzlerce, sonraları binler ve katlarıyla transistörlerin bir araya getirilebildiği yongaların 1959 yılında bulunması, modern bilgisayarların 1960’da üretilmeye başlanmasına yol açtı” (Geray, 2005:179). Transistörlerin bilgisayarlarda kullanılmaya başlaması ile ikinci nesil bilgisayarlar daha küçük, daha hızlı daha güvenilir ve önceki modellere göre daha az enerji tüketen modeller olmuştur. İkinci nesil bilgisayarlarda makine dili ile assembly dili yer değiştirmiş ve böylece uzun ve zor ikili kodların yerini kısa programlama kodları almıştır. 1960’ların başlarında işyerlerinde, üniversitelerde, ikinci nesil bilgisayarlar kullanılmaya başlanmıştır. 1958’de Texas Instruments’deki mühendislerden Jack Kilby tümleşik devreyi (*Integrated Circuit-IC*) geliştirmişlerdir. Bilim adamları daha sonra yarıiletken olarak adlandırılan küçük bir yonga (*chip*) üzerine pek çok parçayı yerleştirerek yönetmeyi başarmıştır. Üçüncü nesil bilgisayarlarda işletim sistemi etrafında pek çok programın çalışması mümkün olmuştur. 1980’de bir yonga üzerine binlerce bileşenin yüzlercesi sıkıştırılmıştır (*Very Large Scale Integration-VLSI*). 1981’de evde, işyerinde ve okullarda kullanım için kişisel bilgisayarlar (*Personal Computer-PC*) geliştirilmiştir.

İnternet, başlangıcından itibaren, geleneksel medya, telekomünikasyon ve bilgisayar endüstrilerinin yöndeştiği (*convergence*) bir platform haline gelmiştir. Bu yöndeşme ile birlikte internetle ortaya çıkan yenilikler, küresel ekonomi çerçevesinde hızla yaygınlık kazanmıştır. İnternet ortamındaki en basit uygulama bile hızla kullanım değişikliğine dönüşmüş ve birçok alanda yaygınlık kazanmıştır (Başaran, 2005:244). Sosyal ağlar ise internet üzerinden insanların başkalarıyla iletişime geçmesini sağlar, onlarla (fotoğraf, video, etkinlik vb.) her türlü paylaşımda bulunmasına olanak tanır ve dijital bir ortam aracılığıyla sosyalleşmenin önünü açar. “Yeni medya” ya da “sosyal medya”yı geleneksel medyadan ayıran en temel özellik ise etkileşimli ve multimedya özelliğine sahip olmasıdır (Binark, 2007:21; Binark, 2014:15). Bu bağlamda iletişimde hipermetinsel içerik öne çıkmaktadır. Etkileşimsellik, karşılıklılık ve çok katmanlı iletişim süreçlerini beraberinde getirmektedir. İletişim ağları, sosyal medya ve sağlanan ortam farklı iletişim boyutlarının aynı anda ve koşut olarak gerçekleşmesine olanak

sağlamaktadır. Bu ortamlarda kullanıcı bir taraftan bireyselleşirken, öte yandan sanal uzamda yeni bir şekilde toplumsallaşmaktadır.

“Sosyal ağların kısa tarihçesi 2000’li yılların hemen başına kadar gider. Bugün isimleri pek bilinmese de bu anlamda ilk akla gelen markalar Friendster ve MySpace’tir. Bunlardan Friendster 2002, MySpace ise 2003 yılında kuruldu. Özellikle MySpace’in, Facebook ortaya çıkana dek hem ABD’de hem de dünyanın birçok ülkesinde en çok tercih edilen sosyal ağ olduğunu hatırlatmakta fayda var. Ancak 2004 yılında Facebook’un doğuşu, birkaç yıl sonra tüm dünyayı etkileyecek yeni bir fırtınanın başlangıcı oldu. Facebook hızla büyürken sürekli geliştirdiği arayüzü, başarılı mobil uygulaması ve yeni özellikleriyle bugün 1 milyarı aşan kullanıcı sayısı ile zirvede yer alıyor. Buna mukabil Google’ın büyük umutlarla sunduğu Goodle Plus ise, özellikle ilk başlarda, verdiği hizmetin tam olarak ne anlama geldiğinin anlaşılabilmesi, yeterince iyi olmayan mobil uygulaması gibi sebeplerle istenen başarıyı elde edemedi. Google’ın mail uygulaması Gmail kullanıcılarının eklenmesiyle çok kısa bir süre içinde 50 milyon kullanıcıyı yakalayan Plus, kullanıcılara yeterli tatmini sağlamamış olacak ki arzu edilen çitayı bir türlü yakalayamadı” (Özutku vd., 2014:115).

İçinde bulunduğumuz enformasyon toplumunun kilit unsurları arasında ağ oluşturma içgüdüğü yer almaktadır. Toplumda bireyler birden fazla toplumsal ilişkiyle birbirlerine bağlanmaktadır. Toplumsal bir varlık olarak bireyler ağlar üzerinden iletişim kurma eğilimindedirler. “İnsanı ilgilendiren tüm alanlarda küresel ağlardan faydalanan toplumsal düzen” olarak ifade edilen ağ toplumu, ağlar kurma ve yönetme ilişkiselliği ile başarılı olmaktadır. Ağ toplumunun öne çıkan bir diğer özelliği de yeni zaman ve uzam algısıdır. Ağ toplumunda hakim olan zaman dışı zaman ve akışlar uzamıdır (Kara, 2013:41). Sosyal medya da bu ağ toplumunun en temel iletişim aracıdır. Ağ toplumundan bahsedilirken aslında ekonomi, siyaset, kültür temelinde işleyen toplumsal ilişkilerden söz edilmektedir, bu ilişkiler ağının dinamik bir yapısı vardır, bu açıdan enformasyon çağı, tüm toplumsal düşünüş ve pratiklerin yeniden şekillendiği ve bunun ağlar üzerinden yeniden yapılandırıldığı bir sürece işaret

edilmektedir (Çoban, 2014:10). Sosyal medya, aracılanan ve dolayımlanan iletişim sürecine işaret eder. Sosyal medya aracılığıyla birey “hiç yaşamadığı deneyim alanlarına, bir parçası olmadığı ve olamayacağı yaşanmışlıklara yalnızca tanıklık etmekle kalmaz, bunlara ilişkin durmaksızın anlamlar üreterek toplumsal gerçekliğin yapılandırılmasına katkı sunar” (Dursun, 2013:33).

Sosyal medya, günümüzde üzerinde tartışılan ve her geçen gün değişime uğrayan pratikleriyle inceleme alanına dönüşen popüler bir konu alanını oluşturmaktadır. Bilişim ve iletişim teknolojileri olarak anılan bilgisayar, yazılım, internet, mobil telefon, internet, tablet, uygulama, anında mesajlaşma, sosyal paylaşım sitesi, blog, mikroblog, e-ticaret, e-devlet, e-demokrasi, e-imza, gözetim kamerası vd. artık yaş farkı gözetmeksizin bireylerin günlük yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir (Sütçü, 2012:74). “Yeryüzünde olup bitenlere ilişkin insanların ortaklaşa gerçekleştirdikleri bütün düşünsel ve zihinsel etkinlikler, toplumsal gerçekliği meydana getirir. Bu meydana getirme süreklidir” (Dursun, 2013:34). Sosyal medya bu meydana getirme sürecinin günümüzdeki en önemli ve yaygın aracını oluşturmaktadır. Sosyal medya aracılığıyla sunulan enformasyon bireylere birer deneyim alanı sunmaktadır. İnsan düşüncesi ve söylemi bu deneyim alanında önemli derecede şekillenmektedir.

İçinde bulunulan enformasyon sistemleri çağında sosyal medya iletişimsel dönüşümün en temel aracı konumundadır. Sosyal medya ve ağlar, giderek insanlar arası etkileşimin en hızlı yoluna dönüşmektedir. Sosyal medya, özünde fikirler, düşünceler, kişisel mesajlar ve diğer birçok formdaki verilerin kullanıcılar tarafından oluşturulan online topluluklar aracılığıyla iletilmesine dayanan elektronik iletişim kurma biçimidir (Edosomwan, vd., 2011). Sosyal medya, zaman ve mekâna ilişkin sınırlamanın görece ortadan kalktığı, görsel, işitsel her türlü verinin paylaşımına dayanan platformların kullanıcıların hizmetine sunulduğu, çok farklı konular üzerine tartışmanın öne çıktığı bir iletişim şeklidir. Çevrimiçi iletişime dayanan sosyal medya, sanallık-gerçeklik algısı üzerinde önemli dönüşümler açığa çıkarmıştır. Kişilerin ilgili oldukları alanlarda geliştirilen yapılara dahil olarak o yapılar üzerinde değişiklik yapma (ekleme, çıkarma vb.) serbestisine sahip olmaları, belki de sosyal medyanın en cazip noktasını oluşturmaktadır. Teknoloji, telekomünikasyon ve sosyal iletişimin ağlar üzerinden yapılandığı sosyal medya, etkileşimli ve kullanıcı deneyimli ortam sunmaktadır. Sosyal medya için “yeni” kavramının kullanılması, mesajdan ziyade ortam paylaşımında

getirilen yeniliğe dayanmaktadır. Tüm teknolojilerde amaç mesajın taşınması iken; ortam ve sunduğu olanaklar farklı olmuştur (Sanlav, 2014:29). Günümüz koşullarında, çok sayıda iletişim aracı dolayımında (çoklu ortam) çok farklı format ve boyutlarda mesaj iletimi mümkün hale gelmiştir. İnteraktif iletişimin mümkün olduğu sosyal medyada bireyler anlık tepkilerde bulunabilmektedir. Çok farklı kitle iletişim araçlarınca sunulan içerik, sosyal medyanın tartışma forumlarına kolaylıkla konu olabilmekte ve gündeme oturabilmektedir. Günümüzde sıklıkla adından söz ettiren ve insanlar arasındaki etkileşimi farklı biçimlerde sağlayan sosyal ağlar arasında ise Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Tumblr, Instagram, Vine, Flickr, Myspace sıralanabilir.

Sosyal medyayı açığa çıkaran dinamikler ve insanların sosyal medyayı kullanım alışkanlıkları göz önünde bulundurulduğunda medyanın insanlara ne yaptığının yanı sıra “insanların medyayla ne yaptıkları”nın araştırılması önem kazanmaktadır. Bu da tez çalışmasında “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı”nın temel yaklaşım tarzını oluşturmasına neden olmaktadır. Bu akım, kullanımların ve doyumların medyayla ilişkide ortaya konulan nedenleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. “Bu anlayışla belirlenen işlevlerin genel bir niteliği vardır: Medya, kimliğini ortaya koymanın, toplumsallaşmaya yardımcı olmanın ya da yalnızca eğlenmenin araçlarından biridir. Bu yaklaşım medyanın içeriğinden çok, insanların medyayı nasıl kullandıklarına önem verir. Medyanın *insanlara* ne yaptığıyla ilgilenen, halkı özdeş kabul eden “*etkiler*” sorunsalının tersine, “*kullanımlar ve doyumlar*” akımı, özellikle, insanların medyayla ne yaptıklarıyla ilgilenir” (Bourse ve Yücel, 2012:91). Medyanın, toplumlarca yasaklanan deneyimleri medya ürünü haline gelen kişiler aracılığıyla yaşayabilme amacına hizmet etmesi “sağaltıcı” işlevini öne çıkarırken; takipçilerin eğlence amacı “rahatlatıcı” işlevi vurgulamaktadır. Bunların dışında medyanın “toplumsal bağ” işlevi de bulunmaktadır. “*Kullanımlar ve Doyumlar* araştırması, medyayla ilişkide ortaya çıkan psikolojik durumları olduğu kadar, medya kullanımının karşılayacağı düşünülen gereksinimleri belirlemeye çalışır” (Bourse ve Yücel, 2012:91). Medyanın kullanımında “bütünleşme ve toplumsal katılım” veya “kaçış ya da düşsel oyalanma” iki karşıt kutuba işaret eder. Bu yaklaşımın tüm varsayımları, kendi seçimlerini yapabilecek etkin izleyici/takipçi düşüncesine dayanır. Bununla beraber birey üzerindeki toplumsal bağlamda etkiler göz

ardı edilmemektedir. Bunun temelinde bireyin medya seçiminde bile ait olduğu toplumsal bağların etkisinin bulunduğu önkabulü yer almaktadır.

Tarihsel sürece bakıldığında insan yaşamına giren her bir teknolojinin pratikleri dönüştürdüğü ve davranış kalıplarını farklılaştırdığı gözlenmektedir. Geleneksel medya ve yeni medya açısından ele alındığında durumun pek değişmediği görülmektedir. Bu bağlamda tez çalışması kapsamında ilkokul öğrencilerinin sosyal medya farkındalığı Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı çerçevesinde çözümlenmeye çalışılmıştır. Televizyon, cep telefonu, bilgisayar ve internet çerçevesinde ilkokul öğrencilerinin araca sahiplikleri, sosyal medyayı kullanım eğilimleri ve başvurdıkları içeriklerin ne olduğu araştırılmıştır. Bu kapsamda ***tez çalışmasının amacı henüz ilkokul çağında bireylerin sosyal medya farkındalıklarının ne olduğunu araştırmak ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını çözümlemektir.*** Böylesine bir araştırma yeni neslin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve özellikle eğitim süreçlerinde bu aracı nasıl kullandıklarını tespit etmek açısından önem taşımaktadır. İlerde yürütülecek benzeri araştırmalar için bir örnek teşkil eden bu çalışma ile yaş ve yaşanan bölgenin yeni medya kullanımında ortaya çıkardığı farklılıklar belirlenmeye çalışılmıştır.

## BİRİNCİBÖLÜM

### SOSYAL MEDYA: TARİHSEL GELİŞİMİ, İÇERİĞİ VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM

Sosyal medya, öncelikle kullanıcılarına içerik oluşturma ve etkileşimli ortam sağlama yönleri ile kitlelerin ilgisini çekmiştir. Bireyler arasında yeni sosyal ilişkiler kurma yolu olarak popülerlik kazanan sosyal medya, bireysel ilişkiler, sosyal ve gündelik yaşam kadar üretimden pazarlamaya değin geniş bir yelpazede kurumların başvurduğu önemli bir ortama dönüşmüştür. Sosyal medyanın birçok konuda farklı kullanım çerçevelerinde tüm dünyanın başvuru aracı haline gelmesi ise alanda uzman elemanların gelişmesini ve yeni uzmanlık alanlarının ortaya çıkmasını tetiklemiştir.

İnternetin günlük hayatta kullanımıyla birlikte Web 1.0 ve Web 2.0 dönemleri yaşanmıştır. Web 1.0, ilk olarak 1989’da “Yüksek Enerji Fiziği” konusunda dünyanın değişik kesimlerinde araştırmalar yapan kişiler arasında etkin ve kolay bir haberleşme platformu olarak Tim Berners-Lee tarafından CERN’de geliştirilmiştir<sup>5</sup>. Web 1.0 döneminde içerik yayıncı ve içerik okuyucu söz konusudur. Yazı, resim, ses, film, animasyon gibi pek çok farklı yapıdaki verilere kompakt ve etkileşimli bir şekilde ulaşılmasını sağlayan çoklu hiper ortam sistemidir. Bu dönemde kullanıcılar ile web siteleri arasında tek taraflı bir iletişim mevcuttur ve web sitelerinin içeriği sadece web sunucuları tarafından kontrol edilmektedir. Kullanıcılar, sadece sınırlı sayıda olan web sitelerinden sağlanan içeriği okuyabilir, program ya da dosya indirmek için web sitelerini kullanır. Web sitelerinin teknik altyapısı bu dönemde yetersizdir ve bu siteler basit birer broşür görünümündedir (Koçer ve Çetinkaya, 2014).

2000’lerin başından itibaren sosyal hayata ve internete bakış değişime uğradı. Web 2.0’ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte, tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılması mümkün hale gelmiştir. Web 2.0, 2004’de O’Reilly Media tarafından kullanıma sunulmuştur (Güçdemir, 2012). Yeni

---

<sup>5</sup>Berners-Lee, ağ iletişiminin değerinin farkındaydı. Kişisel bilgisayarların gittikçe daha fazla görselliğe yönelmesinde rağmen internet kullanımlarının çoğunlukla metinle sınırlı kaldığını da görmekteydi. Bunun üzerine multimedya verilerinin geliştirilmesini ve paylaşılmasını kolaylaştırarak bilim insanlarının birlikte çalışmalarına yardımcı olacak bir sistem tasarladı. CERN, daha 1980’lerin başında kendi çeşitli sistemleri için ortak bir protokol sağlamak amacıyla TCP/IP’yi kullanmaya başlamıştı. Berners-Lee de yeni hizmeti internet protokollerini gözütecek biçimde tasarladı (Abbate, 2010:476-477).

nesil internet akımı olarak da ifade edilebilecek Web 2.0 dönemi ile birlikte birçok alanda baş döndüren bir hızda küresel değişimler yaşanmaktadır. “Eskiden statik yapıda olan web sayfalarının, artık kullanıcı tarafından yaratılan dinamik sayfalar haline geldiği ve bu anlamda bir evrim geçirerek demokratikleştiği söylenebilir. Geleneksel kitle iletişim ortamlarında sınırlı olan kullanıcı, yeni medya adını alan dönüşüm sayesinde ‘içerik tüketen’den ‘içerik yaratan’ konumuna geçmiştir” (Aytekin, 2012:102). Web 2.0’ın temel prensipleri içerisinde, (i) işletim sistemi yerine uygulamaları çalıştırmak için webin bir platform olarak kullanılması, (ii) kullanıcılarına içerikleriyle ilgili kontrol verme ve içeriği daha kolay bir şekilde paylaşmak için yeni metotları kullanma sıralanabilir. Web 2.0’la karşılıklı bilgi paylaşımı ve etkileşim ortaya çıkarken, bilginin üretimine de katkı sağlanmış oluyor (Özutku vd., 2014:45).

**Tablo 1.1.** Web 1.0 ile Web 2.0 Karşılaştırması

| Web 1.0                                                                         | Web 2.0                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Statik reklamlar                                                                | Sitedeki içeriğe göre reklam gösteren Google AdSense                             |
| O-foto gibi fotoğrafları sadece kendi kullanımınız için saklayacağınız ortamlar | Milyonlarla paylaşabileceğiniz Flickr                                            |
| Müzik indirmek için listeleri gezeceğiniz bir mp3.com                           | Şarkı adını yazıp arama yaptığınız Fızy.com                                      |
| Ansiklopedik bilgiyi arayacağınız yer Britannica Online                         | Ansiklopedik bilginin aşamalı şekilde olduğu Wikipedia                           |
| HTML kodlu kişisel web siteleri                                                 | Bloglar                                                                          |
| Alan adı için akılda kalıcı tanımlamalar seçmek                                 | Akılda kalmak ya da öne çıkmak için arama motorları optimizasyonları geliştirmek |
| Sayfa görüntülenme sayısı                                                       | Tıklamaların değerli hale gelmesi                                                |
| İçerik yönetim sistemleri                                                       | Herkesin bir şeyler söyleyebildiği Wikipedia                                     |
| Klasör yapıları (taxonomy)                                                      | Tag yapıları (tagging, “folksonomy”)                                             |

**Kaynak:**aktaran Kara, 2013:32.

Yakın bir gelecekte “semantik web” olarak da adlandırılan Web 3.0’a geçileceği ileri sürülmektedir. Kullanıcısının yaptıklarından devamlı kendisine ders çıkaran, onu anlamaya ve anlamlandırmaya çalışan bir sisteme karşılık gelen Web 3.0, üçüncü nesil bir internet ağı olup; bu ağda, web sayfaları sadece sayfa olarak değil, sayfa içerisinde yer alan kelime ve cümleler olarak ayrı bir anlam ve boyut kazanacaktır. Arama motorları sayfa içerisinde bulunan cümlelerin nelerden bahsettiğini anlayabilecek ve

özne, yüklem, sıfat gibi cümlelerin öğelerini çok daha başarılı biçimde analiz edebilecektir.

Sosyal medya, genel anlamda zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insani bir iletişim şeklidir. Sosyal medya platformlarında insanlar buluşur ve iletişimde bulunurlar. Teknoloji, telekomünikasyon, sosyal iletişimin kelimeler, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlandığı bir yapıya sahiptir. İnternetin karakteristik özellikleri, (i) küresel, (ii) gayri-merkezi, (iii) açık, (iv) sınırsız, (v) etkileşimli, (vi) kullanıcı deneyimli ve (vii) altyapıdan bağımsız olarak öne çıkarken; sosyal medyanın bunların yanı sıra söz edilebilecek özellikleri, (i) katılım, (ii) açıklık, (iii) karşılıklı konuşma, (iv) topluluk ve (v) bağlanmışlık/bağlantılı olma şeklinde sıralanabilir. Sosyal medya uygulamalarında içeriği tamamen bireyler belirler ve birbirleri ile bu uygulamalar üzerinden sürekli etkileşimde bulunurlar (Koçer ve Çetinkaya, 2014:696-697).

Sosyal medya aynı zamanda "Kullanıcıların Ürettiği İçerik" ve "Müşterilerin Ürettiği Medya" kavramlarını da ortaya çıkarmış, bu yapıyla da ticari boyuttaki anlamını kazanmıştır. Sosyal medya gazete, televizyon ve film gibi geleneksel medyadan farklılıklar gösterir. Genellikle geleneksel medya, enformasyonun yayınlanması için belirli kaynaklara ihtiyaç duyarken, bilgiyi yayınlamak veya erişmek için sosyal medya göreceli olarak masrafsızdır ve erişim araçları herkese açıktır. Bir matbaa yatırımı veya TV yayını yapmak için zorunlu olan lisansa ihtiyaç duyulmaz. Geleneksel medya genellikle “endüstriyel”, “broadcast” veya “mass” medya olarak tanımlanır.

Sosyal medya'nın ve geleneksel medyanın ortak özelliği, küçük veya büyük kitlelere ulaşabilmeleridir. Örneğin, hem bir blog yazısı hem de bir televizyon programı sıfır kişiye de ulaşabilir milyonlarca kişiye de ulaşabilir. Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farkları tanımlamaya yardımcı olacak özellikler kullanılan yöntemle göre farklılıklar gösterebilir. Bu özelliklerden bazılarını şöyle sıralanabilir: (i) Hem geleneksel medya hem de sosyal medya teknolojileri herkesin genel bir kitleye erişebilmesine olanak tanır. (ii) Geleneksel medya için üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya hiç maliyetle kullanılabilir. (iii) Geleneksel medya üretimi

çoğunlukla uzmanlaşmış yetenekler ve eğitim gerektirmektedir. Çoğu sosyal medya için bu geçerli değildir veya bazı durumlarda yetenekler tamamen değişmiş ve yenidir, yani herkes üretimde bulunabilir. (iv) Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı (günler, haftalar, hatta aylar) anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir (Tepkilerin zaman aralığına katılımcılar karar verir). Geleneksel medya da sosyal medya uygulamalarına adapte olmaktadır, dolayısıyla yakın zamanda bu farklılık ortadan kalkacaktır. (v) Geleneksel medya üretildikten sonra değiştirilemez (bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz), oysa sosyal medya yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilir.

Hem geleneksel hem de yeni medya açısından ele alındığında kullanıcının dönüşüme uğradığını ve araçlar ile araçlar aracılığıyla sunulan içeriği benimsediğini, dönüştürdüğünü ve yeniden biçimlendirdiğini ifade etmek yanlış olmaz. Araç, bireyin yaşamına girerken kullanım alışkanlıklarını ve başvurduğu içerik formatlarını da yeniden yeniden biçimlendirmekte ve hayatın bir parçası kılmaktadır.

### 1.1. SOSYAL MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnternetin bilgisayar teknolojisinin gelişimi sayesinde yaşamın her anına girmesiyle birlikte, gerçek dünya ‘sayısal’ olarak tanımlanmaya başlamıştır. Bu nedenle günlük yaşamın vazgeçilmez iletişim araçları arasında yerini koruyan ve her geçen gün konumunu sağlamlaştıran bilgisayar ve internet konusunda genel bir değerlendirme yapılması önemli bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ağların ağı olarak tanımlanan internet, fiziksel ya da elle tutulur bir araç olmaktan ziyade birbirine bağlı sayısız küçük bilgisayar ağlarından oluşan büyük bir bilgisayar ağıdır (Timisi, 2003:121). Günümüzde yaygın kullanım alanı bulunan internet, çok sayıda bilgisayarın modem aracılığıyla telefon hattından (TCP-*Transmission Control Protocol*/IP-*Internet Protocol* ile) birbirine bağlanarak bir enformasyon ağı oluşturulmasına dayalı bir sistemdir. İnternet üzerindeki bilgisayarlar sunucu-istemci yapısını kullanırlar. Bir başka ifadeyle, uzak sunucu (*server*) makinesi, yerel istemci (*client*) makinesine dosya ve hizmet sağlar. Günümüz toplumlarında internet kullanıcıları, e-posta, dosya aktarımı, zengin enformasyon kaynakları,

etkileşimli işbirliği, çokluortam olanakları, canlı yayın, alışveriş gibi birçok iletişim faaliyetini bilgisayar ağları sayesinde gerçekleştirmektedirler.

İlk olarak ABD’de uygulamaya konulan internet, aslında enformasyonun tek bir merkezde saklanması taşıdığı riski azaltmak için birden fazla bilgisayar üzerinde saklanabildiği ve web siteleri aracılığıyla (ve çeşitli adreslerle<sup>6</sup>) ulaşımın/erişimin (*access*) sağlandığı bir ağ yapısı, teknikten çok bilgiye dayalı bir iletişim sistemidir. “Bilgi bankalarını sisteme açan ve bağlayan üniversiteler, basım kurum ve kuruluşları, mesleki örgütler, kütüphaneler, arşivler ve şirketler bu depoyu oluşturmaktadırlar” (Bülbül, 2000:63).

“II. Dünya Savaşı sırasında *Operations Research*, ‘askeri işlere uygulanabilir inceleme modelleri oluşturma’yı amaçlayan araştırma ortaya çıkar. *National Security Act*’ın ortaya koyduğu sivil-asker, özel sektör-kamu sektörü sürekli işbirliği taslağında, çalışma bilgisi üretimine özgün bir halka eklenir: *think thank* ya da düşünce kutusu [beyin takımı]. Önceleri bu yeni araştırma kurumu, mühendisleri ve kurumlarından ayrılan bilim adamlarını yeniden yönlendirip yetiştirir. *Think thank*’lerinin ilk ve en ünlüsü US Air Force’un 1946’da California’da Santa Monica’da kurduğudur: RAND (*Research AND Development Corporation*). Aynı zamanda bir yüksek öğretim merkezi olan bu düşünce kutusu, sistem analizlerinin (*systems analysis*), harcamaların etkinliği üzerine yöntem bilimlerinin (*cost-effectiveness*), planlama sisteminin, programlamanın ve bütçelemenin (*Planning, programming and budgeting System ou PPBS*) ve oyun kuramı uygulamalarının beşiğidir. Sosyal bilimler uzmanları, ekonomistler, matematikçiler, mühendisler ve fizikçiler evrensel uzlaşmazlık sırasında yaptıkları gibi, bilgilerini bir araya getirmeye çağırılırlar” (Mattelart, 2004:43-45).

İnternet, dünya çapında binlerce bilgisayar ağını birbirine bağlayan bir ağıdır. Bilgisayarların kendi aralarında iletişim kurabilmesi ve veri aktarımının sağlanabilmesi, 1969’lara dayanmaktadır. Bu gelişimin internet ağına dönüşümünde ABD Savunma Bölümünün projesi olarak ARPA önem kazanmaktadır (Başaran, 2005:243). 1958

---

<sup>6</sup> İnternet ağına bağlı her bilgisayarın bir adresi vardır. Adresi olan her bilgisayar ile bağlantı kurulabilmekte ve karşılıklı bilgi alışverişi yapılabilmektedir.

yılında, ABD Savunma Bakanlığı bünyesinde oluşturulan ARPA (*Advanced Research Projects Agency-İleri Araştırma Projeleri Ajansı*)’nın, birimler arasındaki haberleşmeyi ve iletişimi sağlamak, yazılımları ortak kullanmak, aynı zamanda da soğuk savaş atmosferinde herhangi bir saldırıya karşı iletişim ve haberleşme hatlarını bir bilgisayar ağı içerisinde korumak düşüncesiyle; askeri haberleşme ve uydu sistemlerine dünya genelindeki herhangi bir noktadan erişime olanak sağlayan ARPANET’i oluşturması çalışmalarına girişilmiştir<sup>7</sup>. Sonradan ‘savunma’ (*defense*) kavramının da önüne eklenmesiyle DARPA’NET oluşmuştur. Bu askeri girişimin amacı özellikle bomba saldırıları vb. durumlarında ortaya çıkabilecek tahrip edici koşullarda (örneğin, şebekenin bir parçasının çalışmaz hale geldiği durumlarda) çalışmaya devam edecek şebekeleri kurmak olmuştur. ARPA, *Information Processing Technology Office* (IPTO)’i kurmuş ve ülke çapında ilk kez radar sistemi geliştirmeye dayalı olan *Semi Automatic Ground Environment* (SAGE) programının çalışmalarını yürütmeye başlamıştır<sup>8</sup>. IPTO’nun başına geçen J. C. R. Licklider, evrensel bir ağlaşmanın (*networking*) en önemli insanlık devrimleri arasında olduğunu düşünmekteydi. Licklider, Harvard Üniversitesinin bir birimi olan Psycho-Acoustic Laboratory’dan MIT’ye 1950’de geçmiş ve ardından da enformasyon teknolojileri ile ilgilenmeye başlamıştır.

1970 yılına gelindiğinde, üniversitelerin bilgisayarlarına bağlanabilmek için çevirmeli ağa alternatif olarak ondan daha ucuz olan paket anahtarlamalı ağ üzerinde çalışmalar yürütülmeye başlanmıştır. Aynı zamanda ağlar arasında ileti gönderebilmeyi sağlayan bir program geliştirilmiştir. Ardından program, ARPANET’e uyarlanmış ve program kısa sürede yaygınlaşmıştır. 1973’te ise ARPANET’e ABD dışından ilk bağlantı gerçekleştirilmiş; 1974’te de TCP tanıtılmıştır. 1977’de Wiskonsin Üniversitesi’nde Theorynet adlı bir e-posta programı yaratılmış, daha sonra da USENET kurulmuştur. 1980’lerde ARPANET, bir virüs yüzünden tamamen durmuş, bu

<sup>7</sup>İnternetin gelişimi, mekaniksel hesap makinesinden başlamak üzere kablo ve uydu ağlarının kurulmasına kadar uzanan tarihi bir geçmişe sahiptir. İnternet, Amerikan Savunma Bakanlığı’nda savaş iletişiminde gelişmeyi sağlama amacıyla Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) adıyla başlamıştır.

<sup>8</sup>US Air Force, 1955’de ABD’nin hava savunma sistemi olan SAGE’i başlatmıştır. SAGE’in yapısı, büyük bilgisayarlar arasında gerçek zamanda bağlantı sistemlerinin habercisidir. İlk tam saptama, karar ve karşılık devresidir. Sistem, tüm ülke çevresinde yerleştirilen radarları birbirine bağlar, sinyalleri yorumlar ve yol kesen uçaklarını düşman hedefe doğru yönlendirir. Bunu büyük bir hızla BMEWS (*Ballistic Missile Early Warning System*), DEW (*Distant Early Warning*), SACCS (*Strategic Air Command Control System*) gibi başka saptama sistemleri izlemiştir (Mattelart, 2004:42-43).

arada BITNET (*Because It's Time Network*) adlı, iki üniversite arasında hizmet veren bilgisayar ağı oluşturulmuştur.

1980'lerin ortalarında bilgisayarların teknolojik anlamda daha fazla gelişmesi ve veri iletişiminde hızlı aktarım teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte enformasyonun bilgisayar ağları aracılığıyla paylaşılması konusunda önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. İlk TCP/IP-*Wide Area Network*-, NSF'nin (daha sonra adı NSFNET olmuştur) oluşturduğu üniversite ağ omurgası ile 1 Ocak 1983'te işler hale gelmiştir. Bu tarih teknik anlamda internetin doğum tarihidir. 1984'te, bir ağı oluşturan kuruluşun türünü belirtmek için DNS (*Domain Name System*-Etki Alanı Sistemi) oluşturulmuş ve 6 etki alanı adı saptanmıştır. Eğitim kuruluşları için **edu**, resmi kurumlar için **gov**, askeri kurumlar için **mil**, ticari kuruluşlar için **com**, ticari amacı olmayan kuruluşlar için **org** ve ağlar için de **net** olarak belirlenen alan adlarına günümüzde yenileri de eklenmektedir. 1985'te ise oluşturulan ağ ticari boyuta taşınmıştır. Ağ, kamunun kullanım yaygınlığına ise 1990'da ulaşmıştır (Tellan, 2011).

1990'lara ARPANET'in sona ermesi ve www'nin doğuşuyla girilmiştir. 1991'de yasal engellerin kalkmasıyla birlikte internetin ticari kullanımı resmen başlamıştır. Aynı yıl WAIS (*Wide Area Information Servers*-Geniş Alan Bilgi Sunucuları), ardından da kullanıcının ağda arama yapmasına olanak sağlayan Gopher tanıtılmıştır. 6 Ağustos 1991'de CERN, www projesinin toplumsallaşmasını sağlamıştır. Bundan iki yıl sonra ise Tim Berners-Lee, HTML, HTTP ve CERN üzerinde ilk web sayfalarını oluşturmaya başlamıştır. İlk popüler tarayıcı (*web browser*), HyperCard esaslı ViolaWWW'dir. Sonradan geliştirilen diğer web tarayıcıları arasında Netscape Navigator ve Internet Explorer sayılabilir. 1992'de ISOC (Internet Society) kurulmuş ve uzayda arama yapan Veronica adlı araç yaratılmıştır. 1993'te Illinois Üniversitesi'nin Süper Bilgisayar Uygulamaları Ulusal merkezi (*National Center for Supercomputing Applications*), ilk internet tarayıcısı olan Mosaic 1.0'ı piyasaya sürmüştür ve 1994'ün sonlarında akademik ve teknik internet üzerine artan bir kamu ilgisi sözkonusu olmuştur. 1994'te iki üniversite öğrencisi tarafından ilk arama motoru olan Yahoo yaratılmıştır. 1996 yılında 'internet' kavramı, 'World Wide Web'e karşılık gelen yanlış kullanımı ile günlük dilde sıkça kullanılır olmuştur. 10 Mart 2007 tarihi itibarıyla 1 milyar 114 milyon kişinin internete bağlandığı saptanmıştır.

Günümüzdeki internet teknolojisinin yapısına bakıldığında, bunun en somut yansıması görülmektedir. Bir şebekenin bozulmasının sisteme etkisi ya hiçtir ya da hiçe yakındır, çünkü sistem şebekelerinin yapısı bu şekilde biçimlendirilmiştir. İnternet ağını kullanım, sadece savunma sektörüyle iş yapan dev firmalar (IBM, Lockheed gibi) özel sektörün kullanımına açılmıştır. İnternet, o dönem *National Science Foundation* (NSF- Ulusal Bilim Kurumu) tarafından yaratılıyordu ve bu kurum, internet şebekesinin askeri halkadan ticari trafiğe geçmesi taraftarı olmamıştır. DARPA NET bugünkü, UNIX ve TCP/IP'nin Berkeley biçimi de dahil olarak internetin oluşması ve gelişmesinde çok miktarda parasal fon ve destek sağlamıştır. 1980'lerin ortasında *Commercial Internet Xchange* (CIX) grubu bu ana şebekeden geçmeden kendi şebekelerinden ticari veri akımı hizmetini sunmaya başlamışlardır. Ticari baskılar sonucu NSF ana şebeke kontrolünden vazgeçmek zorunda kalmıştır. ABD Savunma Bakanlığı bugün MILNET, internetin bazı kısımları ve internetin parçası olmayan, kullanılması sadece belli kişi ve kurumlara sınırlı ve internetin parçası olmayan *Defense Data Network* (DDN) (Savunma Veri Şebekesi) yoluyla global iletişimini yapmaktadır. Bu da göstermektedir ki internetteki gelişme, “standart güçler” tarafından dikkatli bir şekilde yapılmıştır. NSF gibi kurumlar software geliştirmeleri için girişimcilere önemli miktarda fonlar vermiştir. Aynı zamanda amaçlı promosyon ve teşvikler yapılmıştır. Gelişmeler tesadüfi veya kendiliğinden olmamıştır. ARPA projesiyle başlayan girişimler sonucu 1980'lerde NSF beş gelişmiş bilgisayar merkezi kurmuştur. Bu merkezleri sadece savaş araçları üreticisi firmalar ve dev araştırma firmaları kullanıyordu. Bu merkezleri bağlamak için ARPANET'in IP teknolojisi kullanılmıştır. Ardından, araştırmalar üniversitelerde yapıldığı ve üniversitelerdeki araştırmacıların bu merkezlere bağlanması akıl almayacak derecede pahalı olduğu için bölgesel şebeke zincirleri yaratılmıştır (Tellan, 2011). Bu da 1987'de yetersiz duruma gelmiş ve Merit Network Inc, MCI ve IBM birlikte şebekeyi hızlı telefon bağlantılarıyla yenilemişlerdir. 1980'lerin ortalarından bu yana hızla artan bir şekilde, sadece Amerika'da değil bütün dünyada binlerce firma internet yoluyla iş yapma yolunu seçmiştir ve bu kullanım hızla artmaktadır (Erdoğan, 2002). 2000'li yıllar ise internet ağları üzerinden akademik ve kamusal enformasyon iletiminin geri plana düştüğü; ticari pazarlama iletileri ile sosyal medya olarak adlandırılan içerik paylaşımının yoğunlaştığı dönem olmuştur. Youtube, Facebook, Twitter, LinkedIn gibi sosyal medya siteleri ile ‘mikro bloglar’ üzerinden kişisel enformasyon, ilgi, beğeni ve

yorumlarını paylaşan toplam insan sayısı 2 milyara yaklaşmış durumdadır.

Birçok firma günümüzde ‘online’ (çevrimiçi) satış biçimini seçmekte, internetin enformasyon olanaklarını global pazarda aktif olma amacıyla kullanmaktadır. İnternet bugün özellikle savaş sektörü ve bu sektörün yanı sıra üniversite çevresinin kullanım egemenliğinden çoktan çıkmış durumdadır. Bugün internet yoluyla her geçen gün çeşitlenen tüketim maddeleri satılmakta ve alınmaktadır. Firmalar diğer bölgelerdeki veya ülkelerdeki müşteri veya temsilcileriyle anında konferans yaparak, direktifler göndererek, yabancı müşterileri, toptancıları ve perakendecileriyle iletişimde bulunarak günlük işlerini etken bir şekilde yürütmektedirler. Firmalar internet yoluyla pazarlama ile ilgili girişimleri yapmakta ve enformasyonu anında hedeflere ulaştırmaktadırlar: İnternet yoluyla kaynaklarını daha etken bir şekilde kullanmakta ve maliyetini düşürmektedir.

Türkiye’de İnternet, Geniş Alan Şebekesi (WAN, *Wide Area Network*) olarak Tüm Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı (TUVAKA) adı altında kurulmuştur. TUVAKA, Avrupa Akademik ve Araştırma Şebekesi Ağı’nın bir uzantısı olarak yapılandırılmıştır. İlk uluslararası şebeke ağı Ege Üniversitesi tarafından Fransa ve Türkiye arasında 9600 bps hızında kurulan ‘EARN’ ağıdır. Üniversitelerin çoğu 9600 hızında bağlanan ağlarla birbiriyle iletişim kurar hale gelmiştir. BITNET olarak adlandırılan bu sistem, bağlantı, dosya transferi ve diğer amaçlarla kullanılmak üzere oldukça yetersizdi, ancak 1990’lara kadar devam etmiştir. Hız ve bağlantı sorunlarını çözmek üzere 1991’de Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TUBİTAK) Türk İnternet (TR-NET) projesini başlatmışlardır. TR-NET projesi internet protokolü (IP) daha hızlı internet ağı altyapısı kurma ve uluslararası akademik ve akademik olmayan ağlara bağlantı sağlamayı amaçlıyordu. İnternete ilk bağlantı Nisan 1993’te NSFnet’ten (Washington, USA) kiralanan 64 kbps hat ile ODTÜ tarafından kurulmuştur. Bu bağ, 1990’larda Türkiye’yi internetle dışa bağlayan tek bağ olması açısından oldukça önemlidir. 1994’de Ege Üniversitesi, 1995’de Bilkent ve Boğaziçi Üniversiteleri ve 1996’da da İstanbul Teknik Üniversitesi ilk internet bağlarını kurmuşlardır (Erdoğan, 2002:437-440). 1990’ların ortalarında ve özellikle 2000’in başında özel işletmelerin ve bankaların ağ hizmetleriyle internet ağı üniversiteler dışında hızla gelişmiştir. Bu değişim Üniversiteleri de gelişmeye zorlamıştır. İnternet, elektronik mektup (e-mail), chat (internet üzerinden

yazılı olarak yapılan sohbet) ve içq (internetteki arkadaş grupları ile sohbet ortamı yaratılması) yoluyla kişilerarası iletişimde aynı yerdeki yüz yüze iletişim sınırını ve aynı andalık zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Böylece kişilerarası iletişimde belli yere ve zamana bağımlılık (aynı yer ve zamanda olma) ortadan kalkarken, yerde aynılık (iki kişinin farklı mekanlarda olması) ve zamanda farklılık (iki kişinin gecikmiş iletişime girebilmesi) ve hız (geleneksel mektubun gecikmiş alınması ve cevap süresi) gelişmiştir (Tellan, 2011).

## 1.2. SOSYAL MEDYANIN İÇERİĞİ

Sosyal paylaşım ağı, tek bir ortak kaynak üzerinde birbirine bağlanan insan gruplarını temsil eden bir yapıdır. Bu ağlar, web siteleri üzerinden kullanıcıların tanımladığı bir profil hesabı oluşturulmasına izin vermektedir. Sosyal paylaşım siteleri genel anlamda bireyler arasında kültürel etkinlikler, resim, grup adresleri, kitap, müzik, sinema, video, arkadaşlık, politik düşünceler gibi birçok konuda paylaşımı olanaklı kılmaktadır. Sosyal medya araçları hem gündelik yaşamda hem de iş dünyasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle kurumlar, kurumsal kimliklerini sosyal medya üzerinde inşa etme yönünde ciddi çalışmalar yürütmektedir.

20. yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri ve “yeni medya” kavramları, 21. yüzyılın başıyla birlikte yerini “sosyal medya” kavramına bırakmıştır. Bu yeni kanal kitlelerin iletişimde, fikirlerin yaygınlaştırılmasında ve benimsenmesinde etkin bir noktaya doğru ilerlemiştir. Sosyal medya, yeni nesil web teknolojilerinin getirdiği kullanıcı kolaylığı ve iletişim hızıyla yakalanan eşzamanlı bilgi paylaşımının takip edildiği sayısal platformlara verilen genel bir addır. Birçok insanın mobil ve online olduğu dijital çağda paylaşım ve iletişim sınırı olmadan özgür ve özgün tartışma zemini oluşturan sosyal medya, kişi ve birey iletişiminin yanında marka ve kurum konumlandırması açısından da son derece önemlidir. Özellikle mobil tabanlı hizmetlerin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya, zaman ve mekan sınırlaması olmadan, paylaşımın, tartışmanın ve mesaj iletmeyenin yaygın olarak kullanıldığı bir iletişim şekli olmuştur (Özutku vd., 2014:81-82).

Sosyal paylaşım ağlarının başlangıcı, 1990’ların sonuna doğru geliştirilen sanal topluluklara (*virtual communities*) dayandırılabilir. Sanal topluluklar, belli kuralları ve

dinamikleri olan, başka topluluk biçimleriyle etkileşim halindeki topluluklardır (Castells, 2003:477). Bloglar ve Wiki gibi sosyal medya, Facebook, Google Plus, Foursquare ve LinkedIn gibi sosyal ağ siteleri, Twitter ve Tumblr gibi mikrobloglar, Instagram, Flickr, Pinterest gibi fotoğraf paylaşım araçları, Youtube, DailyMotion, Vimeo, Vidivodo gibi video paylaşım araçları iletişim sitelerinde tarihsel süreç içerisinde bakıldığında erişilen en esnek etkileşim ortamlarını açığa çıkarmışlardır.

*“Sosyal Ağ Siteleri:* Sosyal ağ siteleri kullanıcıların kişisel profil yaratmalarına, tanıdıklarını davet ederek grup oluşturmalarına, oyun oynamalarına, üyelerin birbirlerine e-posta veya anlık mesaj göndermelerine izin veren ağ tabanlı uygulamalardır. Bu profiller, video, fotoğraf, ses dosyası, metin ya da başka bir web sayfasının linklerini içerebilir ve genellikle üyeler bu sitelere kayıt olmak için herhangi bir bedel ödemezler. Fakat kimi sosyal ağ siteleri, bünyelerindeki bazı uygulamaları bir bedel karşılığı kullanıcılarına sunmaktadır. Günümüzün en popüler sosyal ağ siteleri Facebook, MySpace, Google + ve LinkedIn’dir.

*Fotoğraf ve Video Paylaşım Siteleri:* Bu kategoride bireyler, kendi oluşturdukları ya da başkalarının oluşturduğu fotoğraf ve videoları diğer üyelerle paylaşabilme imkanı bulmaktadır. En bilinen örnekleri arasında, Youtube ve fotoğraf paylaşım sitesi Flickr’ın bulunduğu bu kategoride kullanıcılar ayrıca görsellere yorum da yapabilmektedir. Öte yandan, Instagram gibi platformu mobil tabanlı olmasına rağmen aynı işlevi gören uygulamalar da bu kategoriye dahil edilebilir.

*Bloglar:* Bloglar, bireylerin gönderilerini kronolojik bir sırayla yayınladığı, aynı zamanda fotoğraf, video ve ses dosyalarıyla bu içerikleri destekleyebildiği günlük siteleridir. Blogspot, Blogger, Wordpress, Tumblr gibi blog sitelerinde okuyucular gönderilerin altına yorum bırakabilmektedir.

*Mikrobloglar:* Bloglarla kıyaslandığında en önemli özelliği anlık ve kısa içerikler ile başkalarıyla içerik paylaşılmasını sağlamaktadır. En

popüler mikroblog sitelerinden olan Twitter’da girilen her blog yazısı 140 karakterle sınırlıdır. İnsanların anlık olarak ne yaptıklarını başkalarıyla paylaşmalarını sağlayan mikrobloglar, özellikle profesyoneller tarafından bilgi ve haber paylaşımı amaçlı kullanılmaktadır. Twitter’ın yanı sıra Plurk, Jaiku ve Yammer da mikroblog örnekleri olarak sıralanabilir.

*Sanal Yaşam Simülasyonları:* Second Life ve Sanalika gibi bireylerin sanal dünyada ikinci bir hayat sürmesini sağlayan çoklu ve etkileşimli oyun siteleridir. Bu sitelerde bireyler, kendi kişiselleştirilmiş avatarlarını yaratarak sanal ortamda gerçek hayatın bir simülasyonunu yaşamaktadır. Hatta öyle ki bu sitelerin kendi para birimleri ve bu paranın gerçek paraya göre değerini belirleyen paritesi bile vardır.

*Sanal Oyun Simülasyonları:* Sanal oyun platformları, bireylerin kendi arkadaşlarıyla ya da tanımadıkları bireylerle karşılıklı oyun oynadıkları, mesajlaştıkları, aralarında gruplar kurarak kendi topluluklarını oluşturdukları oyun siteleridir. En ünlüleri arasında World of Warcraft, Steam, Tanklar.com sayılabilir.

*Wikiler:* Kullanıcıların herhangi bir konu hakkında bildiklerini ilgili başlık altına yazmalarını sağlayan ve böylece çeşitli konular hakkında bir bilgi havuzu oluşturan sayfalar. Wikipedia, Wikibook önde gelen wiki sayfaları arasındadır” (Kara, 2013:74-75).

Bilinen ilk sosyal paylaşım sitesi, 1997’de kurulan **SixDegrees.com**’dur. SixDegrees.com, kullanıcılarına arkadaş listesi oluşturma, mesaj gönderme ve profil oluşturma özellikleri sunmuştur. 1998 yılından itibaren ise arkadaş listeleri arasında gezinme olanağı sağlanmıştır. AsianAvenue, BlackPlanet ve MiGente gibi birçok sanal topluluk, 1997-2001 yılları arasında arkadaş siteleri oluşturmuş; bu esnada arkadaş arama uygulamalarında farklı yöntemler geliştirilmiştir. **LiveJournal** sitesi, arkadaş olarak kişileri kullanıcı sayfasına eklerken izin verme kuralını koymuş ve içeriğin görüntülenmesinde gizlilik ayarı uygulamasını getirmiştir. Sosyal ağ sitesi olarak 2002’de ABD’de kurulan ve üç ayda 3 milyon kullanıcıya ulaşan Friendster’i 2003’de California’da kurulan Myspace izlemiş, aynı yıl LinkedIn desosyal ağ siteleri arasına girmiştir.

**Tablo 1.2.** Sosyal Medya Kategorileri ve Uygulamaları

| Kategori                                           | İş Tanımı                                           | Örnek Uygulama                                               | Amaç                                       | Temel Aktivite                                                                   | İş Modeli                                  |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Sosyal Ağlar</b>                                | Web tabanlı sosyal ağlar                            | Facebook<br>Hi5<br>Frienster<br>Google+                      | Aile ve arkadaşlarla bağlantı ve paylaşım  | Profil oluşturma, durum güncelleme yorum, paylaşım, anlık mesajlaşma             | Reklam, uygulama karşılığı ödemeler        |
| <b>Profesyonel Ağlar</b>                           | Web tabanlı profesyonel sosyal ağlar                | LinkedIn<br>Plaxo                                            | Bağlantı ve bağlantıların yönetimi         | Yeni profesyonellerle tanışma ve kariyer fırsatları                              | Ücretsiz. Özel hizmetler için ekstra ödeme |
| <b>İçerik Toplayıcılar</b>                         | İçerik paylaşımı odaklı sosyal ağlar                | Flicker<br>Bebo<br>MySpace                                   | İçeriğe ve kullanıcıya bağlantı            | Profil oluşturma, kullanıcıya bağlantı, müzik, fotoğraf, video ve link paylaşımı | Reklam ve sponsor linkler                  |
| <b>Bloglar</b>                                     | Günlük formatında kişisel sayfalar                  | Tumblr<br>Blogger<br>Xanga<br>Blogspot                       | Konu hakkında yorum imkanı                 | Yorum                                                                            | Reklam ve sponsor linkler                  |
| <b>Mikrobloglar</b>                                | Bloglar ve sosyal ağlar arası bir uygulama          | Twitter<br>Facebook<br>Friendfeed<br>Jaiku<br>Alexa<br>Plurk | Diğer kullanıcılarla ve arkadaşlarla temas | Kısa mesaj ve durum güncellemeleri                                               | Reklam ve kısa mesaj sponsorlukları        |
| <b>Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçerik vd.</b> | Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin paylaşımı | Youtube                                                      | İçerik, haber ve hikaye paylaşımı          | İçerik, haber ve hikaye paylaşımı                                                | Reklam                                     |

**Kaynak:**Koçer ve Çetinkaya, 2014:708.

Dünyada hemen hemen herkesin aşına olduğu video paylaşım sitesi olan **Youtube**, Google ile uyumluluğu ve yoğun trafiği nedeniyle önemli bir yere sahiptir.15 Şubat 2005'te 3 Paypal (İnternet üzerinde para alış verişini gerçekleştiren yapılanma) çalışanı tarafından kurulan ve “Broadcast Yourself” (Kendini Yayınla) sloganıyla çıkış yapan bu ortamda hem video yüklenebilmekte hem de başkalarının yüklenen videolar izlenebilmektedir. 23 Nisan 2005'te Jawed Karim tarafından yüklenen video, Youtube'un ilk videosu olarak tarihe geçmiştir. 19 saniyelik video, 7.214.796 kişiye

ulaşmış ve izlenmiştir. 2006 yılında Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınmıştır. Dakikada 35 saat video yüklenen Youtube ziyaret süresi en uzun sitelerdendir. 1 GB yükleme kapasitesine sahip bu siteye günlük ortalama 65 bin video yüklenmektedir. Youtube yetkilileri, popüler videolar yükleyen, bu siteye katkı sağlayan paylaşımcıları bir araya getirerek geleneksel bir organizasyon düzenlemektedir. Bu organizasyonda çeşitli ödül törenleri de yer almaktadır. Bu organizasyon, üyeler tarafından ilgiyle takip edilmektedir (bilgiustam, 2013).

İnsanların yakın çevresi ve arkadaşlarıyla etkin iletişim kurması amacıyla kurulan ve fotoğraf ve görsel unsurların ağırlıklı olarak yer aldığı **Facebook**, Şubat 2004’de Harvard Üniversitesi öğrencisi ve o zaman 19 yaşında olan Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Geldiği noktada 250 milyonu aşan üye sayısı ile Facebook, Mark Zuckerberg’in kurmuş olduğu ikinci sitedir. Zuckerberg ilk olarak Facemash adında, Harvardlı öğrencilerin bilgilerini ve resimlerini içeren bir sosyal ağ içerikli site kurmuş; ancak, bu bilgileri ve fotoğrafları okul yönetiminden izinsiz aldığı ve yayınladığı için kısa bir süre sonra site, okul yönetimince kapatılmıştır. Ardından Zuckerberg, kullanıcılarının fotoğraflarının da bulunduğu ve kişisel meraklarının yer aldığı bir profil oluşturabilecekleri, özel veya herkese açık mesajlarını paylaşarak değişik arkadaş gruplarına katılabilecekleri, profil verilerinin görüntülenmesini aynı grup veya onaylanmış arkadaşlarla sınırlandırabilecekleri bir sosyal ağ içerikli site projesini gerçekleştirmek üzere eğitimine ara vermiş; ilk ismi “the facebook” olan Facebook’u kodlamaya başlamıştır. Facebook’un anlamı “paper facebook” teriminden gelmektedir. ABD’deki üniversitelerde ve okullarda öğrencilerin, öğretmenlerin ve çalışanların kendini tanıtmak amaçlı doldurdıkları bir formdur. Zuckerberg, 2004’de thefacebook’u yani Facebook’u kodlamayı bitirmiş ve sadece Harvardlı öğrencilerin kullanımına açmıştır. Kısa zamanda Facebook’un ünü Boston’daki diğer üniversitelere, liselere ve şirketlere yayılmıştır. Yoğun ilgi üzerine Zuckerberg, bu uygulamayı Harvard dışına taşımaya karar vermiş ve Boston bölgesindeki okullara, Rochester, Stanford, NYU, Northwestern ve iki ay sonra da IvyLeague’de okulların kullanımına açmıştır. Kısa süre içerisinde Amerika, Kanada, İngiltere, Meksika, PuertoRico, Virgin Islands Üniversitesi, Avustralya üniversiteleri, Yeni Zelanda üniversiteleri de bu ağa katılmıştır. Ardından sayfa,.edu,.ac,.uk gibi eğitim kuruluşları uzantılarına sahip e-posta adreslerine açılmıştır. 2006 yılında ise Facebook, 13 yaş ve üzeri yaş kısıtlamasıyla

geçerli e-posta adresine sahip herkesin sayfaya kayıt olabileceğini duyurmuştur<sup>9</sup> (Koçer ve Çetinkaya, 2014:699).

Facebook, kurulundan sonra bazı şirketlerle mahkemelik olmuştur. 2005’de ConnectU sitesinin sahipleri olan Divya Narendra, Cameron Winklevoss ve Tyler Winklevoss tarafından mahkemeye verilmiştir. Mark Zuckerberg’in kendileri için yazmış olduğu açık kaynak kodları Facebook’ta da kullandığı iddiasıyla dava açmışlardır. Aynı yıl Facebook, AccelPartners ile sermayesini 12.7 milyon dolara yükseltmiş ve facebook.com alan ismini Aboutface firmasından 200 bin dolar karşılığında satın almış; thefacebook.com olan alan adı facebook.com olmuştur. 2006’da ise FacebookQuizsender.com’un Facebook’un ara yüzünü kopyaladığını iddia ederek Quizsender.com’a karşı 100 bin dolarlık dava açmıştır.

Facebook, kullanıcılar için ücretsiz bir sosyal ağ sitesidir ve gelirlerini banner ve sponsor linklerden gelen reklamlar oluşturmaktadır. 2006’da sitenin haftalık reklam geliri 1.5 milyon dolar olmuş; 2007’de Facebook, yeni bir uygulama olan facebook pazarını kullanıcılarına ücretsiz olarak kullanıma açmıştır. Bu uygulama sayesinde kullanıcılar ücretsiz olarak satılık ve kiralık ev ve iş ilanları verebilmişlerdir. Facebook’un kısa sürede milyonlarca üyeye ulaşması ve başarılı bir şekilde üye sayısını artırması bazı şirketlerin ilgisini çekmiş ve Facebook’u satın alabilmek için yüksek tekliflerde bulunmuşlardır (Özutku vd., 2014:60, 63). 2009’da dünyanın en çok tıklanan ilk üç sitesinden biri olmuştur. TechCrunch’a göre desteklenen ve grubu olan okulların öğrencilerinin %85’i bu ağlar içinde yer almaktadır. Kullanıcıların %60’ı günlük, %85’i en az haftada bir, %95’i ise en az ayda bir çevrimiçi olmaktadır. İnsanlar ortalama olarak günlerinin 19 dakikasını Facebook’ta geçirmektedirler.

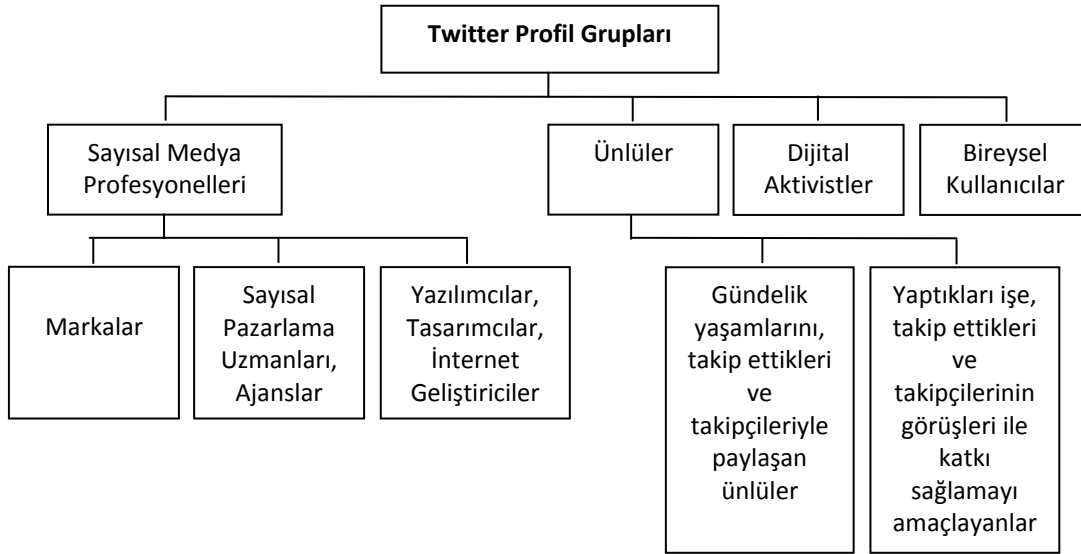
Türkiye’de Facebook kullanıcı profillerine bakıldığında en yaygın grubun 18-24 yaş aralığında (10 milyon 311 bin kişi) olduğu görülmektedir. Buradan yapılacak çıkarsama gençlerin dijital bir yaşam sürdüğü gerçeğidir. Facebook görsel ağırlıklı bir

---

<sup>9</sup> Zuckerberg, McCollum ve Moskovitz Palo Alto’ya (California, Facebook’un merkez şirketi) taşınarak Adam D’Angelo ve Sean Parker yardımıyla Facebook’un geliştirilmesine devam etmiştir. Bugün Facebook’da Mark Zuckerberg; kurucusu ve Ceo’su olarak Dustin Moskovitz, kurucu yardımcısı ve mühendislikten sorumlu başkan yardımcısı olarak Sheryl Sandberg, COO olarak Owen Van Natta, finanstan sorumlu müdür ve operasyon olarak Matt Kohler, başkan yardımcısı-stratejik ve işletme operasyonu olarak Chris Hughes, kurucu yardımcısı olarak Peter Theil, yatırımcı olarak Chamath Palihapitiya, başkan yardımcısı-pazarlama ve operasyon olarak Gideon Yu, finanstan sorumlu müdür olarak LiKa-shing, yatırımcı olarak; Marc Samwer, yatırımcı olarak Alexander Samwer ile yapılmış bulunmaktadır.

sosyal ağ ve bireysel kullanıcılara esnek ortam sunuyor (Özutku vd., 2014). “İstatistiklere göre, Türkiye, kullanıcı sayısı bakımından dünya üzerinde 500 milyondan fazla kullanıcısı olan Facebook’ta tahmini 28 milyon kullanıcı hesabıyla ABD, Endonezya ve Birleşik Krallık’tan sonra 4. ülke konumundadır. Başka bir araştırmaya göre, Türkiye’deki ortalama bir kullanıcının Facebook üzerinde harcadığı süre, yaklaşık olarak haftada 29,7 saattir. 2011 itibariyle, aralarında Türkiye’nin de bulunduğu ve tamamına yakını ‘gelişmekte’ olan 14 ülkede en çok ziyaret edilen internet sitesi Facebook’tur” (TBMM, 2012:XX).

Bir sosyal ağ ve mikroblog sitesi olan **Twitter**, diğer sosyal medya araçlarından daha farklı bir yol izleyerek mobil internet dünyasına hitap edecek bir yapıda oluşturulmuştur. 15 Temmuz 2006’da Even Williams, Biz Stone ve Jack Dorsey tarafından geliştirilen ve önceleri mobil internet ortamına uygun olmayıp, oldukça hantal yapıda olan Twitter, 3G’yle başlayan mobil bantlar sayesinde basit ve kullanıcı dostu bir görünüm kazanmıştır (Koçer ve Çetinkaya, 2014:700).



**Şekil 1.1.** Twitter Profil Grupları

**Kaynak:** aktaran Aytekin 2012:112.

İnternet dünyasının SMS’i olarak anılan ve insanların düşüncelerini 140 karakter sınırlamasıyla paylaştığı (*tweet*-cıldama) bu ortam, mobil araçlarla anında etkileşimin sağlandığı bir sosyal medya olanağıdır. “Paylaşılan mesajlara haghtag (#) denilen ortak

etiketleme yapıldığı zaman bir anda büyük bir sanal cemaatin dikkatini çekebilir ya da TT (*trending topic*/birçok kişi tarafından ilgi gören konu başlığı) olunabilirdi. Ayrıca başkalarının yazdığı ve beğenilen bir mesaj da hiç yorulmadan RT (*retweet*) edilebilirdi” (Özutku vd., 2014:89). “Eşit yükseklikteki iki çift gözün birbirine bakması ve derdini anlatması için Twitter eşsiz bir ‘çoklayıcı’. Twitter bir kişinin yüzbinlerce kişiyle birebir ilişki kurma simülasyonunu yaratıyor” (Başsoy, 2011:58).

“Twitter ‘Şu anda ne oluyor?’ sorusunu kullanıcılarına sorar ve kullanıcıların hayatlarının o zamanki kesitini, 140 karakter ile paylaşmasını ister. Twitter, ilk zamanlarında kişilerin anlık durumlarını paylaşmayı hedeflemiştir. Kullanıcı sayısının artması ve şahısların bireysel kullanımının dışında, ticari ve kültürel çeşitli kurumların da iletişim ortamı olarak Twitter’ı kullanmaya başlaması ile birlikte sitenin kullanıcılara sorduğu temel soru değişmiştir. Önceleri, mesaj kutusunda ‘What are you doing?’ diye soran web sitesi, Kasım 2009’dan itibaren kullanıcılarını ‘What’s happening?’ diye karşılamaya başlamıştır. Bu değişiklik, bireysel kullanım dışında kurumsal kullanımın da Twitter’da kazandığı önemi göstermesi bakımından önemlidir. İşletmeler bu iletişim ortamını kullanarak yayınladıkları içerikle kullanıcıyı buluşturabilmekte ve gerektiğinde kullanıcı işletmeye bu konuda doğrudan yanıt verebilmektedir” (Aytekin, 2012:110).

Facebook’tan sonra ortaya çıkmasına rağmen sosyal medyada popülerliği hızla artan Twitter’a her gün yaklaşık 600 bin yeni kullanıcı eklenmektedir. 2009 yılı başında günde 2 milyon tweet güncellemesi yapılırken; 2010 yılında bu rakam 65 milyona çıkmıştır (aktaran Aytekin, 2012:108-109). Türkiye’de Aralık 2013 verilerine göre yaklaşık 11 milyon twitter kullanıcısı bulunmaktadır. Günde 8 milyon tweet atılırken, aylık aktif kullanıcı sayısı 6.2 milyonu bulmaktadır.

**Google Plus**, Google tarafından geliştirilen ve sunduğu hizmetleri tek bir çatı altında toplayan sosyal bir ağ ve kimlik doğrulama uygulamasıdır. Stanford Üniversitesi’nde doktora eğitimi almakta olan Larry Page ve Sergey Brin, 1995 yılında Google -başlangıçtaki adı BackRub- arama motorunu geliştirmişlerdir. Google ismi 10 üzeri 100 sayısının matematiksel adı olan “googol”dan türetilmiş olup; dünyadaki

bilgiyi organize etmek ve bunu evrensel olarak erişilebilir/kullanılabilir hale getirmek misyonunu üstlenmiştir (Koçer ve Çetinkaya, 2014:701). Google Plus ise hizmete Haziran 2011’de açılmış, 20 Eylül 2011 itibariyle herkesin kullanımına açık hale getirilmiştir. Hizmetlerini 40’ın üzerinde dilde sunan Google Plus’ın kullanıcı sayısı Aralık 2012’de 500 milyonu aşmıştır. Çalışma mantığı, istenilen kategorilerde arkadaş çevreleri oluşturarak arzu edilen şekilde paylaşımların yapılmasına dayanır. Gtalk üzerinden arkadaşlarla sohbet edilebilir, Hangouts’la 10 kişiye kadar çoklu görüntülü görüşme/konferans gerçekleştirilebilir. E-posta kontrolünün yanı sıra Google haritalar kullanılabilir. İstenilen fotoğraf, video, link ve metinler istenilen kişilerle paylaşılabilir. Bu uygulama kişisel, kurumsal ve işletme sayfası olarak kullanılabilir (Özutku vd., 2014:122-123).

**Tablo 1.3.** Sosyal Paylaşım Ağlarının Sunduğu Ürün ve Hizmetler

|                             | Facebook                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Twitter                                                                                                                                                                                    | Youtube                                                                                                                                                                                                                     | Google +                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kullanıcılar için Ürünler   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Haber kaynağı (News feed)</li> <li>2. Zaman tüneli (Time line)</li> <li>3. Arama (Graph search)</li> <li>4. Sayfalar (Pages)</li> <li>5. Gruplar (Groups)</li> <li>6. Etkinlikler (Events)</li> <li>7. Fotoğraflar ve video (Photos ve video)</li> <li>8. Mesajlaşma (Messenger)</li> <li>9. Hediyeler (Gifts)</li> <li>10. Mobil uygulamalar (Apps)</li> </ol>    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anasayfa</li> <li>2. Profil</li> <li>3. Arama</li> <li>4. Fotoğraflar ve video</li> <li>5. Mesaj kutusu</li> <li>6. Mobil uygulamalar</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Video</li> <li>2. Ne izlemeli</li> <li>3. Kanalım</li> <li>4. Aboneliklerim</li> <li>5. Sosyal medya</li> <li>6. Geçmiş</li> <li>7. Daha sonra izle</li> <li>8. Hediye</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anasayfa</li> <li>2. Profil</li> <li>3. Arama</li> <li>4. Sayfalar</li> <li>5. Topluluklar</li> <li>6. Hangout</li> <li>7. Etkinlikler</li> <li>8. Fotoğraf ve videolar</li> <li>9. Mobil uygulamalar</li> </ol> |
| Reklamverenler için Ürünler | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uygulama reklamı</li> <li>2. Domain reklamı</li> <li>3. Etkinlik reklamı</li> <li>4. Mobil uygulama reklamı</li> <li>5. Teklif reklamı</li> <li>6. Sayfa beğenme reklamı</li> <li>7. Sayfa gönderisi bağlantı reklamı</li> <li>8. Sayfa gönderisi fotoğraf reklamı</li> <li>9. Sayfa gönderisi metin reklamı</li> <li>10. Sayfa gönderisi video reklamı</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sayfa/Hesap reklamı</li> <li>2. Tweet reklamı</li> <li>3. Trend Topic reklamı</li> </ol>                                                         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Video üzerinde çıkan konuşma balonlu reklamlar</li> <li>2. Anasayfa bar reklamları</li> <li>3. Google Adword ile oluşturulan video reklamları</li> </ol>                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Post ads</li> </ol>                                                                                                                                                                                              |

**Kaynak:** Koçer ve Çetinkaya, 2014:702.

**LinkedIn** ise iş dünyasında kullanılmak amacıyla kurulmuş bir sosyal ağıdır. Piyasa hedeflerini son derece başarılı şekilde yakalayan LinkedIn'in, resmi olarak giriş yaptığını duyurmamasına rağmen Çin'de 2 milyonun üzerinde kullanıcısı bulunmaktadır (Erbaşlar, 2013:11).

Sosyal paylaşım ağlarının kullanıcılarına sunduğu hizmetler arasında farklı adlarda ancak aynı işlevi yürüten hizmetlere rastlanmaktadır: (i) arkadaş listesinde bulunan ya da takip edilen kişilerin haberlerinin yer aldığı ana sayfa, (ii) kendi içeriklerin ve kişisel bilgilerin paylaşılabilirdiği profil, (iii) mesajlaşmayı sağlayan mesaj kutusu, (iv) fotoğraf ve video yükleme olanakları, (v) mobil uygulamalar vb.

Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın tüm dünyada yaygın kullanımı da işaret ettiği üzere, önümüzdeki süreçte çevrimdışı gerçekleştirilen her şeyin online ortama taşınacağı bir gerçektir. Bireysel ya da kurumsal kimliklerin inşası, imaj geliştirme ve markaların ticari değerin artırılması gibi birçok konuda sosyal medya vazgeçilmez bir konuma taşınacaktır. Bireyin kim olduğuna ilişkin birleşik, tamamlanmış, güvenli ve tutarlı bir kimlik algısına sahip olması çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Bireyin kurduğu, ürettiği ve benimsediği anlamlar ile başkalarının kendisine dair kurduğu, ürettiği ve empoze etmeye çalıştığı anlamların karşılaşmasıyla kimlik algısı da karmaşıklaşmaktadır (Dursun, 2013:24). Sosyal medya bu karşılaşmaları yoğunlaştırmaktadır. “Sanallığın kimlikleri gizleyen yapısı, hem samimiyetin kurulamaması hem de kişileri olası bir benlik yitimiyle karşı karşıya bırakması nedenleriyle elbette endişe verici olmakla birlikte, internet ortamında dile getirilen görüşleri, belki de gerçeklik dünyasından daha gerçek kılar” (Tunçel, 2014:70).

### **1.3.SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM**

Teknolojinin gelişmesi ve ilerleyen teknolojinin internetin kullanım biçiminde meydana getirdiği değışiklikler, internetin insan yaşamında edindiği yeri de sürekli yenilemektedir. Yazılım ve donanım açısından yaşanan her büyük yenilik internetin kullanım biçimini doğrudan etkilemiştir. “İnterneti kullanabildiğimiz cihazlar, o cihazlarda kullanılabilen yazılımların çeşitliliği ve sağladığı imkanların gelişmesi ve tabii ki internetin bağlantı hızı ve bant genişliği anlamında kendi geçirdiği köklü

değişimler, internetin sosyal alanda kullanım biçimini doğrudan etkiledi” (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:7).

“Sosyal ağların tüm dünya genelinde çok geniş bir kullanım alanının oluşması ve neredeyse ‘ortak buluşma mekanı’ olarak nitelendirilebilecek türde bir algı yaratması neticesinde, kullanıcılarının ekonomik, siyasi, politik ya da kültürel alanlarda bir nevi ‘değiştirme’ gücünü elinde bulundurması yönündeki inancı ve sadece dinleyen/söyleyen değil aynı zamanda uygulayan bir kimliğe bürünmesi sonucunu da beraberinde getirmiştir” (Bulunmaz, 2013:29).

İnternetin tüm dünyada yaygınlık kazanması, kullanıcı ve izler kitle sayısını her geçen gün artırmaktadır. Sosyal medyanın insan yaşamına girmesiyle birlikte pratiklerde önemli değişimler yaşanmıştır. “Modern insan kendine, toplumuna, iç ve dış gerçekliğine Sanayi Devrimi ile çok hızlı bir şekilde yabancılaşmaya başlamış, metalaşmıştır. Sanayi kapitalizminin yarattığı kültürel hegemonya aracılığı ile taraflı/polarize bir şekilde dayatılan bağımlı teknoloji ve tüm çıktıları, zamanla toplumsal formasyonu kendi potansiyel yetkinliği aleyhine dönüştürmüş, insan eşyaya ve kendine yabancılaşmıştır. Reel yaşamın dışında var olan fantazyalar hayatın kendisi olmaya başlamıştır” (Kaplan, 2013:42).

Sosyal medyada sunulan içeriğin esnek yapısı ve kullanıcı müdahalesine yatkın doğası, medya kullanım alışkanlıklarını da değiştirmiştir. İnsanlar artık kendi içeriklerinin oluşturucuları olmaya alışmışlardır ve müdahale etmekten zevk almaktadırlar. Öte yandan ağ içerisindeki konumu, aktiviteleri, tepkileri, ilgileri ile bireyler de biçimlenmekte ve diğerlerinin algılama biçimlerine göre dönüşüme uğramaktadır. En yaygın kullanılan sosyal ağ sitesi olarak Facebook’un gücü, sitede sunulanların hem sanal hem de gerçek olmasından gelmektedir. “Karşınızdaki hakkında pek çok şey öğrenebileceğiniz kadar gerçek, ama iletişimin dozunu ayarlayabileceğiniz kadar sanal olması bu siteyi vazgeçilmez yaptı. Dahası Facebook, insanların beğendikleri internet içeriğini paylaşabildiği bir alandı ve bu bakımdan da yepyeni bir kanal yaratmıştı” (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:16).

Bir sosyal paylaşım sitesine katıldıktan sonra üyeler siteye daha önceden katılmış arkadaşlarını bulmaya teşvik edilmektedirler. İlişkileri tanımlayan kavramlar

ise genellikle arkadaşlar (*friends*), hayranlar (*fans*) ve temasta bulunan kişiler (*contacts*) şeklinde kullanılmaktadır. Bazı siteler ilişkilerin başlamasını onay mekanizmasına dayandırırken, bazılarında ise tek taraflı girişim yeterli olmaktadır (Kara, 2013:57-58). Temelde arkadaşlık ya da ilişkiler birbirini zincirleme takip eden yığınsal bağlara işaret etmektedir.

“İster elden ele kova taşıma düzeni kadar basit, ister çok kuşaklı büyük bir aile, bir üniversite yurdu, bütün bir topluluk ya da hepimizi birbirine bağlayan dünya çapındaki bir ağ kadar karmaşık olsun, sosyal ağlar iki temel özelliğe sahiptir. İlk olarak *bağlantı* söz konusudur ve kimin kiminle bağlantılı olduğuyla ilgilidir. Bir grup ağ şeklinde yapılandığında, içerdiği kişileri birleştiren bağların kendine özgü bir modeli vardır: topoloji. Ayrıca, bağlar karmaşıktır. Kısa süreli ya da ömür boyu, yüzeysel ya da derin, kişisel ya da anonim olabilirler. Bir ağ nasıl yapılandırdığımız ya da görselleştirdiğimiz, ilgi bağlarını nasıl tanımladığımıza dayanır. Analizlerin çoğu aile, dostluk, iş arkadaşlığı ve komşuluk bağlarının üzerinde durur. Fakat çok çeşitli sosyal bağlar, dolayısıyla da çok çeşitli sosyal ağlar vardır. Hatta zührevi hastalıklar ya da dolar banknotları gibi şeyler bir ağ üzerinden aktığında, bu akışın kendisi, bağları ve dolayısıyla belirli bir ağ bağlantıları kümesinin yapısını tanımlayabilir.

İkinci olarak, *bulaşma* söz konusudur ve bağlar üzerinden akan bir şey varsa, aktarılanın da ne olduğuyla ilgilidir. Bu elbette su kovaları olabilir, ama virüsler, para, şiddet, moda, böbrekler, mutluluk veya obezite de olabilir. Bu akışların her biri kendi kurallarına göre davranabilir” (Christakis ve Fowler, 2012:26-27).

Sosyal ağların biçimi ya da üzerinden sunulan içerik kadar, etkileşimde bulunan kişiler de önem taşımaktadır. İnsanların gerek yüz yüze gerekse sanal etkileşimlerinde birbirini etkileme ve taklit etme eğilimleri bulunmaktadır. İnsanların yakın çevreleri ile doğrudan bağları bulunmakta, sosyal ağ ortamında ise dolayımlanmış ilişkisellikler ve bağlar geliştirilmektedir. İnsanlar yalnızca yakın çevrelerindeki arkadaşlarını taklit etmez, aynı zamanda arkadaşlarının arkadaşlarını ve onların

arkadaşlarını da taklit ederler. Bu hiber-ikili yayılma, ağ doğrusal bir çizgi şeklinde olduğunda daha kolay anlaşılmaktadır. Bu yayılma çapraz olduğunda ise bağlar ve zaman içinde bu bağların birbirine bağladığı insanlar hakkında bilgi edinmek gerekmektedir. Bir davranışın taklit edilme oranı, o davranışı sergileyen kalabalığın büyüklüğüne göre değişmektedir. İnsan dalgalarının başlangıcı ve yayılımına ilişkin olarak sosyal ağların beliren özellikleri önem kazanmaktadır. Beliren özellikler, bir bütünün parçalarının etkileşiminden ve aralarındaki bağlantıdan kaynaklanan yeni özelliklerdir (Christakis ve Fowler, 2012:38).

Twitter, anındalığı ve mobil karakteristiği ile gerçek hayatla sanal alem arasında eşzamanlı bağlantı kurarken politik aktiviteleri de yönlendirebilmektedir. Twitter'ın konuları ortak olarak etiketlemeye yarayan “hashtag” özelliğine bağlı olarak milyonlarca insan, konvansiyonel medyanın başaramadığı bir bilgi akışını anında ve ücretsiz olarak sağlayabilmektedir. Bu ortamda, çeşitli konular etrafında gruplar oluşabilmekte, tartışmalar yürütülebilmekte, tepkiler ortaya konulabilmektedir.

Öte yandan teknoloji ile aracılanmış iletişimin, sanal olarak sosyal bir ortam oluşturup oluşturmadığı ve sosyalleşmenin ivmesini yukarılara çekip çekmediği üzerine tartışmalar yürütülmektedir. Bu bağlamda yeni iletişim teknolojileri ve türevlerinin zaman içerisinde bireyi daha özgür, daha bağımsız ve daha proaktif bir kimlik yapısından ziyade, gitgide etrafı kalın çizgilerle çizilen bir fanusun içinde bireyci bir anlayış ile yalnızlığa doğru mu sürüklediği sorusu yöneltilmektedir. “Bir yandan olumlu olarak yaklaşılabilir birçok argümanı içinde barındıran sosyal ağlar, diğer taraftan da kimlik inşası ve belirsizlik noktasında oldukça fazla kapının açılmasına neden olmaktadır” (Bulunmaz, 2013:30).Tocquecille ve Oskay, insanlar arasındaki ilişkilerin genişliğinin artmasına karşın, yoğunluk ve derinliğinin azaldığını ileri sürerler. Günümüz toplumunda ortaya çıkan teknoloji tabanlı yapıların “insanı kendi kalbinin yalnızlığına hapsettiğini; yeni eşitliğin, insanları aralarında bir bağ olmaksızın öylece yan yana koyduğunu, siyasal iktidarların toplumu tahrip etmediğini fakat yaşamayı sınırladığını, zulmetmediğini fakat ulusu ürkek ve çalışkan hayvanlardan ibaret bir sürü haline gelinceye kadar tazyik ettiğini, gevşettiğini, tükettiğini, budalalaştırdığını ve tüm bunların herkesin zannettiğinden çok daha kolay bir şekilde özgürlüğün dış şekilleriyle bir araya getirilerek yapıldığını” (aktaran Kaplan, 2013:43) söylemektedirler.

Sosyal medya, birey ve toplumu çeşitli yönlerden etkilemektedir. Sosyal medya deneyimi bireyi kimlik, diyalog, paylaşım, mevcudiyet, ilişkiler, tanınma ve grupların oluşturulması ve devamlılığı açısından sosyo-psikolojik boyutlarda dönüştürmektedir. Sosyal medya, öncelikli olarak “kimlik” kavramını dönüştürmüştür. Kimlik, kullanıcıların herhangi bir sosyal medya ortamında kendilerini ne kadar doğru anlattıklarıyla ilgili bir boyut kazanmıştır. Başlangıçta farklı kimliklerle etkileşim hakimken, günümüz sosyal medya anlayışı kişilerin kimlikleriyle katılımını gerekli kılmaktadır. Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım ağları üzerinde kişilerin gerçek kimlikleriyle etkileşimleri söz konusudur.

Kullanıcının ürettiği ve dönüştürdüğü içerik, sosyal medyada yayınlanan her içeriğin eninde sonunda halka mal olması ve çıkar grupları tarafından kullanılabilir hale gelmesi, sosyal medyanın tartışmalı konularından biri haline gelmiştir. Bunun farkında olmayan insanlar özel hayatlarını sosyal medyada yayınlamaya devam ettikçe “özel hayatın gözetlenmesinin” sıradan ve kabul edilebilir bir hal alması ve iletişimin bu yeni halinin “kimliksiz kişilikler” oluşturmakta olduğu sosyal medya kullanımına yönelik en önemli eleştirilerden bazılarıdır. Sosyal paylaşım ağlarındaki benliklerin günlük hayatta karşılıklarının olmadığı düşüncesi birçok kesim tarafından kabul görmektedir.

“Sanal mekanlarda toplumsallaşma, ilk başlarda anonim kimliklerle, kişinin kendisini tanımlayacak, ancak gerçekte yeri olmayan takma adlarla, sanal sohbet ağlarında çok katılımcı olarak gerçekleşmekteydi. Bu ağlarda birbirleriyle oyun oynayanlar, sohbet edenler karşısındakinin kim olduğunu bilmemekteydi. Bu tür sanal ortamlara giren kişiler gerçek kimliklerini kullanmadıkları gibi o zamanki ruh hallerini yansıtan kimliklere bürünüp aldıkları takma adları (siyasi kimliğin, yansıtan, sevdiği sporcu, sanatçıların adlarını vb.) *nickname* olarak kullanmaktaydı.

Bu takma adlar bazı durumlarda kişinin gerçek kimliği ile ilgili ipuçları verirken çoğunlukla gerçek hayatta bir karşılığı olmamaktaydı. Yani bu tür ortamlarda gerçeklik bir perde ile Zizek’in (2011) ifadesi ile bir ‘ara yüz’ ile gizlenmişti. Bu muamma kişi, istediği kimliğe bürünmekteydi. Bu müphem kimlikler ile eğer sohbet genişletilirse ve kişiler karşılarında tanımadığı ancak kendi ruh halini taşıyan birileri

olduğunu düşünürse bu ilişki gerçek hayata aktarılabilmekteydi” (Aşkın, 2014:223).

“Diyalog”, sosyal medya kullanıcılarının diğer kullanıcılarla iletişime geçmesini ifade etmektedir. Sosyal medyanın bu bağlamda öncelikli amacı, insanları ilgi alanları ve beklentileri çerçevesinde bir araya getirerek benzer kişilerden oluşan bir topluluk oluşturmaktır. “Bazı sosyal paylaşım siteleri daha önceden birbirini tanıyan kişiler arasındaki bağların korunmasına yardımcı olurken bazıları birbirine tamamen yabancı kişilerin ortak zevkler, ilgi alanları, politik görüşler ve aktiviteler çerçevesinde bir araya gelmesine olanak sağlamakta. Bazı sosyal paylaşım siteleri kozmopolit bir üye yapısına sahip iken, bazıları aynı dili konuşan, aynı ırk, din, seks, ulusal kimlik gibi ortak bir tabanı paylaşan üyeleri çekmektedirler” (Erkayhan, 2013:17).

Geleneksel medya ve sosyal medya arasındaki en önemli farklılık “paylaşım” noktasında ortaya çıkmaktadır. “İlişkilerimizin ve ait olduğumuz toplulukların dijitalleşmesiyle oluşan sosyal atmosferdeki aktivitemiz temel olarak ‘paylaşım’ şeklinde adlandırılabilir. İnsanlar daha çok arkadaş edinmek, daha çok gruba ait olmak için halihazırdaki arkadaşlarıyla sosyal medya kanalları aracılığıyla paylaşım yoluna gitmektedir” (Akyazı ve Aslan, 2013:180-181). İletişimin doğasından kaynaklanan paylaşımcı yapısı, yeni iletişim teknolojileri ve bunun sosyal yaşamda açığa çıkan yapıları üzerinde ortaya çıkan örneklerle daha belirgin hale gelmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ve bu teknolojinin ürünleri olan teknik cihazlar ve ürünlerin ortaya çıkardığı sosyal ortamlar çerçevesinde paylaşım pekiştirici rol oynamakta, teşvik edilmekte ve özendirici unsurlarla yaygınlaştırmaya çalışılmaktadır. “Özellikle teknolojinin içine doğdukları düşünülen gençler, internetin sunduğu bu yeni iletişim ortamlarına çok çabuk intibak etmişler ve internet ve teknoloji odaklı yeni kültürlerin oluşumunun adeta araçları haline gelmişlerdir” (Kaplan, 2013:61-62).

“Mevcudiyet”, sosyal medya kullanıcılarının ulaşılabilirliğiyle ilgili bir konudur. Reel ve sanal dünyada kullanıcıların nerede olduğunu, ulaşılabilirliğini bilmek öne çıkan bir durumdur. Bu sayede bireyin reel dünyasını, ne kadarıyla sanal dünyaya taşıdığı hakkında bilgi elde edilir. “İlişkiler”, sosyal medyayı sosyal yapan ögedir. Karşılıklı ilişkinin geliştirilebilmesi yeni medyanın en önemli özelliğidir. Bununla beraber sosyal medya ilişkiler çerçevesinde bireyleri “güvenilir” ya da “yabancı” olarak

sınıflandırır. Sosyal paylaşım sitelerinin gerçek sanallığı kuran yanı, benzeşimi mükemmelleştiren, yani yüz yüze iletişime yakınlaştıran etkileşimin kapasitesinin niteliğiyle ilişkilidir. “Gerçek bir fiziksel yakınlığın olmadığı ilişki biçimlerinde geleneksel uzlaşımsal toplumsal ve kültürel kodların yerini dolduracak ve o ilişki biçiminin yürütülmesine yardımcı olacak yeni toplumsal ve kültürel kodlar üretilecektir. Toplumsal bağlam göndergelerinin yokluğu, teknolojinin duyusal olarak yarattığı zenginlik ile aşılmaktadır” (Timisi, 2005:92). Birey üzerinde “orada olma hissi”, teknolojik donanım sayesinde oluşturulmakta, mekansallığın ortadan kalkmasıyla yeni etkileşim kapasitesi yeni mekansallıklar geliştirmektedir. Bu ortamlarda fiziksel olarak yalnız olmak, sosyal olarak yalnız olmakla eşanlamı olmaktan çıkmıştır.

“Tanınma”, sosyal medya ortamında “güven”le doğrudan ilişkilidir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan bilgilere bağlı olarak zamanla kişi hakkında uzun süreli ilişkiye bağlı olarak belirli bir profil çıkarılabilmektedir. Bu bağlamda sosyal medyada tanınma, profil-kimlik-tanınma-güven şeklinde gelişir. Özel olan ile anonimlik, kendini sunma ve tanınma biçimlerinde açığa çıkmaktadır. Özel olan, birey, grup, topluluk ve kurumların kendileri hakkında dolaşıma girecek olan enformasyonun derecesini kendilerinin belirlemesidir. Anonimlik ise özel olanın içerisinde olmakla birlikte, birey, grup, topluluk, kurumlara ait belirli özelliklerin bilinmemesi, gizli kılınması, kamusallaşmaması anlamına gelir (Timisi, 2005:95). Anonim ve gizli olma iletişimsel etkinliğin niteliğine göre değişebilir.

“Gruplar” ise sosyal medya üyelerinin oluşturduğu irili ufaklı toplulukları temsil etmektedir. “Sosyal ağın büyümesi daha büyük bir arkadaş grubu, daha çok takipçi ve bağlantı anlamına gelir” (Akyazı ve Aslan, 2013:182). Sosyal medya ortamında kullanıcılar açısından gruplar oluşturma eğilimi yüksektir.

“Kültürün bir iletişim sürecinde inşa edildiğini kabul ettiğimizde, ‘gerçek’ ve ‘sembolik temsil’ arasındaki geçişkenliği görebiliriz. Bilgisayar dolayımı ile iletişimin yaygınlık kazanmasıyla birlikte yeni bir gerçeklik düzeyinden söz edilmektedir. Çoğu zaman bugüne kadar mevcut tanımıyla kabul edilen gerçeğe alternatif olarak sunulan bu düzey ‘sanal’ ön-ekiyle birleşerek yaratılmış, yapay ve benzeşim alanı olarak mevcut toplumsal pratiklerin ötesinde ya da üzerinde bir gerçekliği

tanımlamaktadır. Bu her iki alanın birbirine değmeyen paralel dünyalar olduğu varsayılmaktadır. Sanal gerçekliği tasarlanan deneyimler alanı olarak kabul ettiğimizde, gerçekle olan içiçeliği de açık hale gelir. Gerçek de toplumsal içinde kendi başına verili değildir. Daima tasarlanan bir yan taşır, çünkü gerçeklik daima toplumsal pratiği çevreleyen semboller aracılığı ile algılanır. Bu anlamda bilgisayar dolayimli deneyime özgü olan şey, bütün iletişim tarzlarını elektronik ortamda yeniden kurarak, sanal gerçekliğin yaratıcısı olmaları değil, ‘gerçek sanallığın’ kuruculuğunu yapmalarıdır” (Timisi, 2005:89-90).

Ailenin üreme, sosyalleşme, ekonomik dayanışma, sosyal kontrol ve psikolojik tatmin sağlama gibi halen devam eden fonksiyonları her toplum için hayati derecede önem taşımaktadır. Bu fonksiyonları aile kurumu kadar etkili ve yeterli bir biçimde yerine getirebilecek herhangi bir başka yapı da mevcut değildir. Bilişim alanında meydana gelen değişimler, özellikle mobil telefonların ve internetin yaygın olarak kullanılmaya başlanması ve bu kullanımın da hızla yaygınlaşma eğiliminde olmasının, hem yapı hem fonksiyonları hem de aile üyelerinin ilişkileri açısından aile kurumunu etkilediği ve etkilemeye devam edeceği açıktır. Elbette bu etkinin olumlu veya olumsuz yönleri ve bunların dereceleri cep telefonu ve interneti kullanan kişilere ve kullanım biçimlerine göre farklılaşmaktadır. “Bilişim araçları, bilinçli kullanımla aile bireylerinin bilgi edinme ve iletişim ihtiyaçlarının karşılanması gibi olumlu sonuçlar doğururken, aşırı kullanımla birlikte hem aile bireylerini hem aile içi ilişkilerini olumsuz yönde etkileyen bir faktöre dönüşebilmektedir” (TBMM, 2012:473). Sosyal medya, özellikle ebeveynlerle çocuklar arasındaki iletişimin doğasını yönlendirici rol oynamaktadır. Ebeveynler günümüz teknolojik şartlarına yakın şartlarda doğan çocuklarının öğrenme hızlarına yetişemedikleri için bazı şeyleri çocuklarından öğrenmeye istekli hale gelmektedirler. Bu öğrenme sonucunda sosyal medyaya daha yatkın hale gelen ebeveynler, çocuklarıyla sanal ortamı paylaşmakta ve çocuklarının arkadaş çevrelerini de bu yolla daha yakından tanıma olanağına kavuşmaktadırlar.

“Bilişim teknolojilerinin çocuk ve ergenlere eğitim, eğlence ve gelişimi destekleme anlamında vazgeçilmez olanaklar sunduğu açıktır. Buna karşın bu teknolojilerden, özellikle de internetten en fazla çocuklar ve ergenler etkilenmektedir. Çünkü onların, merak ve deneme isteği,

yansız olamama ve doğru karar verme becerisinin eksikliği, anı yaşama istekleri, risk alma eğilimleri ve otoriteye karşı çıkma gibi eğilimleri mevcuttur. Bu özelliklere sahip ergen ve çocuklar; büyük şehirlerde yaşamakta, farklı alt kültür gruplarıyla karşılaşmakta ve medyanın etkisi altında kalmaktadırlar. Ebeveynlerinin çoğunlukla çalışması nedeniyle denetimi kısıtlı olmaktadır. Aile içi çatışmalara da maruz kalabilmektedirler. Büyük şehirlerde boş zamanlarını değerlendirebilecekleri yerlerin, kırsal kesimde ise aktivite çeşitliliğinin yetersizliği çocuk ve ergenleri yeni arayışlara, en çok da internete itmektedir. Gerçek dünyada olduğu gibi siber ortam da çocuklar ve ergenler için birtakım riskler barınmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan çalışmalar internetten en fazla etkilenen grubun 15-17 yaş grubu olduğunu göstermektedir" (TBMM, 2012:473).

Başta internet, mobil telefon ve televizyon olmak üzere yeni iletişim teknolojileri, kültür ve dil üzerinde çok etkilidir. Bu etkinin en önemli unsurunu, söz konusu araçlarla erişilen film, oyunlar ve bilgi gibi içerikler oluşturmaktadır. Ancak bu etki sadece içerikle sınırlı olmayıp, tek başına o araçları kullanmak bile dili ve kültürü etkilemektedir. Kısa ve hızlı mesaj gönderme kaygısıyla dilin yozlaşması veya o araçların kullanımıyla kitap okuma ihtiyacının hissedilmemesi ya da kitap okumaya yetirince zaman ayrılmaması gibi durumların ortaya çıkması da dili etkileyen bir başka faktördür.

Her toplumda hakim bir kültür vardır ve insanlar içinde doğdukları kültürün başta dili olmak üzere bütün değerlerini sosyalleşme süreci içinde çeşitli düzeylerde edinirler. Sosyalleşme sürecinde, başta aile ve örgün-yaygın eğitim kurumları olmak üzere, birçok kurumun ve faktörün etkileyici hatta bazen belirleyici olduğu bilinen bir gerçektir. Bununla birlikte, son yıllarda, başta televizyon ve internet olmak üzere yeni iletişim teknolojilerinin kültürün şekillenmesi, oluşumu ve aktarılması hususlarında çok önemli bir faktör olarak devreye girdiği açıktır. Dolayısıyla, bu yeni faktörün kültürümüzün oluşumu veya aktarılması hususunda ne tür imkânlar veya riskler barındırdığının bilinmesi önem kazanmaktadır. Yeni sürecin gerek kültürün yeniden üretilmesinde gerekse aktarılmasında çok önemli imkânlar sunduğu bilinmektedir. Ancak aynı şekilde istenmeyen ve hiçbir şekilde kontrol edilemeyen içeriklere ulaşmayı

kolaylaştırması açısından, özellikle çocuk ve ergenler için çok önemli bir risk unsuru barındırdığı unutulmamalıdır (TBMM, 2012:478).

Bir başka açıdan değerlendirildiğinde sosyal medya platformlarında kullanıcıları özgürce fikirlerini aktarabilme imkanı bulmaktadır. Bu durum, kişilerin internette öne sürdükleri düşüncelere, paylaşımlara, tanıdıkları olsun olmasın, diğer kişilerin yaptıkları yorumlar ve geribildirimlerle bir sosyal etkileşim ortamı ve giderek sanal cemiyetler oluşturmalarını sağlamıştır. Batı dünyasının sürekli olarak teknolojik gelişmeleri demokrasiyi yaygınlaştırıcı araçlar olarak pazarlaması, baskıcı rejimlerin internet üzerindeki faaliyetlerini sadece internet sitelerini kapatmak veya internet sitelerine erişimi yasaklamaktan çıkarıp, sosyal paylaşım sitelerini protestocuları takip etmekten tutun, kendi propaganda sitelerini kurmaya kadar genişleyen bir yelpazede pozisyon almaya yöneltebilmektedir. Ağlarda bireyler bir yandan kendi arkadaş gruplarıyla ilişkiler kurarak birbirlerini sürekli takip etme eğilimi sergilerken, bir yandan da iş alanında küresel çapta bağlantılar kurarak ekonomik düzeyde anlamlı olan bilgi akışına hız kazandırmaktadır.

“Sosyal medyanın küresel paylaşım katkıları çeşitlidir; bazı paylaşım siteleri bilgi anlamında küresel ölçekte ortak veri bankaları oluştururken, diğerleri küresel politikaları desteklemekte, bazıları iş dünyasını küresel bazda tüm profesyonellere açarken, diğerleri dünyanın ekoloji, barış, insan hakları gibi ortak değerleri konularında sitelerini dünya insanlarının eylem alanı haline getirmektedirler. Sosyal medya bu anlamda, küresel bir bilinç, küresel bir tartışma ve aydınlanma, küresel bir eylem alanı oluşturma gibi ortak bir paylaşım yaratmada son derece etkin olmaktadır. İnsanlığın ortak problemi olan pek çok alanda sosyal ağlar, dünya çapında bilgilendirme, kamuoyu oluşturma ve örgütlenme işlevi görmekte, bu sitelerde dünya halkları ortak amaçlar etrafında tek bir ulus ya da topluluk gibi hareket ederek, adeta tek bir dünya ulusunu temsil etmektedirler” (Erkayhan, 2013:27).

Sosyal medya, yapısı ve içeriği gereği dışa açık bir özellik sergilemektedir. Katılımcılara açık bir durum sergileyen bu yapı, kişisel kullanımlara özgü esneklik tanınması, insanın diğerlerini merak etmesi duygusundan hareket etmesi ile birlikte

kitleler açısından çekici ve cazip hale gelmektedir (Kahraman, 2010:45-46). Reel yaşamdan giderek uzaklaşan birey, sosyal medyayı kullanımında bilinç düzeyi arttıkça kendini geliştirecek aktivitelerde bulunabilmektedir. Eğitim süreçleri bu bilinçli kullanımın temel örnekleri arasında yerini almaktadır. Toplumsal yaşamda karşılaşılan hızlı dönüşüm, hemen hemen her konuda fikir ve bilgi sahibi olmayı gerektirmektedir. Bilgi ya da enformasyonun temel kaynağı ise çoğu zaman sosyal medya olmaktadır. Örgün ve yaygın eğitim süreçlerine yeni iletişim teknolojilerinin entegre edilmesi yönündeki çalışmaların temelinde de bu yönelim yatmaktadır. Bireyler dönüşmekte, ilgi, beklenti ve davranış kalıpları da bu dönüşüme paralel olarak gelişmektedir. Düşünme ve davranma biçimlerinin değişimi ise beklentileri ve yaşam pratiklerini doğrudan etkilemektedir. Sosyal medyanın gelişmesiyle, eğitim alanında da yenilikler/dönüşümler adeta zorunlu hale gelmiştir. Eğitimde Web 2.0 ile geliştirilen yeni teknikler kullanılmaya başlanmış; uzaktan eğitim her yaştan, her meslekten ve ilgi grubundan bireyler için çekici hale gelmiştir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### İNTERNET, SOSYAL MEDYA VE EĞİTİM

Zaman ve mekan açısından değerlendirildiğinde eğitim, kapsamlı, süreli ve çok boyutludur. Yetişkin kuşağın, önceden belirlenmiş ve planlanmış bir amaç çerçevesinde genç kuşakları toplumsal yaşama hazırlama ve toplumsal yaşamda rollerini en etkin biçimde yerine getirmelerini sağlama yönünde yapılan etkinlikleri kapsamaktadır. Eğitim sürecinde kasıtlı ve istendik değişim süreci işlerlik kazanmaktadır. Bireyin kişiliğinin gelişimi, ilgi ve yeteneklerine göre mesleki beceri kazanması, yeniliklere ve gelişime açık ve uyumlu olması gibi birçok amaca hizmet eden eğitim, toplumsal yaşamın devamlılığı ve bir arada yaşamanın gerekliliklerinin bireye kazandırılması açısından tüm toplumlarda gerekli görülen bir süreçtir (Orhaner ve Tunç Hussein, 2007:3). Eğitim süreçleri ise, toplumsal gelişmelere paralel olarak gelişim ve değişim göstermektedir.

İnternet, bilgisayar sistemleri ile birbirlerine bağlı olan ve dünya çapında yaygın olarak kullanılan, sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır. İnternet bilgiye kolay, ucuz, hızlı ve güvenli ulaşmanın ve enformasyonu paylaşmanın günümüzdeki en geçerli yoludur. İnternet aynı zamanda bir topluluk, kitaplık, dev bir bilgisayar şebekesi, hayatı kolaylaştıran ve demokrasi platformu oluşturan unsur olarak görülmektedir. İnternet ile ilgili tüm tanımların ortak noktaları arasında, bilgiye ulaşım, paylaşım ve kullanım gelmektedir. Bilgisayar teknolojileri ve internet aynı zamanda eğitim süreçlerini de dönüştürmüştür. Zaman ve mekan sınırlamalarını ortadan kaldıran bir yapılanma ile eğitim süreçleri, etkileşimli ve esnek yapısı ile farklı öğrenme biçimleri açığa çıkarmaktadır.

#### 2.1. EĞİTİMDE YENİ YÖNELİMLER

Bilim ve teknoloji alanındaki gelişmelere paralel olarak, birçok evreyi geride bırakan dünya, geçen iki bin yılın sonlarında yeni bir aşamaya ulaşmıştır. Bu aşama bilgi çağı, bilgi toplumu, sanayi sonrası toplum gibi kavramlarla tanımlanmıştır. Hızlı teknolojik gelişme ve artan rekabetin yanı sıra ekonomik, sosyal ve kültürel alandaki gelişmeler, var olan tüm kurum ve sistemleri karşı konulamaz bir değişim sürecine

itmiştir (Kılıç, 1998). İlerleyen yıllarda en çok gereksinim duyulacak olanın, bireylerin yüksek beceri yanında yüksek düzeyde bilgiye sahip ve aynı zamanda bilgi edinip öğrenme konusunda yüksek kapasiteye sahip olmaları gerektiğidir (Drucker, 1998). Bilgi toplumunda bilgi, toplumun stratejik kaynağını oluşturmakta; bilgiyi üreten ve kullanan insan açısından değerlendirildiğinde insan kaynakları, dolayısıyla eğitim bir toplumun varlığını sürdürebilmesinin olmazsa olmaz koşulunu oluşturmaktadır (Bozkurt, 1996).

Teknolojik gelişmelere paralel olarak bireysel yaşamın yanı sıra kişilerarası iletişim, toplumsal yaşam ve uluslararası ilişkiler de dönüşüme uğramıştır. 21. yüzyıl insanının taşıması gereken temel özellikler; etkili iletişim becerileri, kendi başına öğrenebilme yeteneği, sosyal beceriler, takım çalışması becerileri, etkin ve verimli düşünebilme becerileri (eleştirel düşünme, sorun çözme), bilgi ustalığı (bilgiye ulaşabilme, kullanabilme ve yeni bilgi üretebilme), yaşam boyu öğrenebilme becerileri olarak tanımlanmaktadır (Bates, 2002). Nitekim eğitim süreçleri de insan ihtiyaçlarına bağlı olarak gelişmiş, teknoloji tabanlı bir yapı da bu bağlamda önemli uygulama alanına dönüşmüştür. Eğitimin, sürekli gelişmek zorunda olan birey için “yaşam boyu” özellik kazanması, toplumsal dönüşümlere uyum sağlamak açısından kaçınılmaz olmuştur. “İdeal bir eğitim ve öğretim; öğrenen, düşünen, yorumlayan, kendini yenileyebilen, üretken, ekonomik, sosyal, kültürel seviyesi yüksek ve milli şahsiyete sahip insanlardan oluşan bir toplumu dünyaya kazandırmalıdır. Bunun yanında iyi bir eğitim sistemi, toplum içinde üretilen ve itibar edilen kültür değerlerinin kuşaklar arasında geçişine de zemin hazırlamalıdır” (Özsoy, 2005:9.)

Dünyada, özellikle içinde bulunduğumuz yüzyılda, enformasyon ve bilgi birikiminde yaşanan hızın çarpıcı olduğu gözlenmektedir. Bu birikim, 1850’lere değin her yüzyılda ikiye katlanırken; 1970’lerde bu süre beş yıla, 1980’lerden itibaren de bir yılın altına düşmüştür. Süreç sayısal olarak ifade edilmeye çalışıldığında, “2010 yılı itibariyle siber evrende kayıtlı bulunan tüm verinin 1.2 Zetabayt (ZB) olduğu hesaplanmakta ve bu rakamın 2020 yılında 40 ZB’ye (40 x 2 40 GB) çıkacağı tahmin edilmektedir (1 Zetabayt 1.09 Trilyon Gigabayt’dır). Ağlar üzerindeki kodlanmış veri miktarının ortalama 2-3 yıllık periyotta iki katına çıktığı tespitinden hareketle 2020 yılında gezegendeki her bir insan için 5200 gigabaytlık verinin birikmiş olacağı öngörülmektedir (Rometty, 2013:113). Bu bağlamda, içinde bulunulan bilgi çağının

bireyini yetiştirmek, oldukça karmaşık, esnek, birey odaklı ve yaşam pratikleriyle uyumlu eğitim sistemini gerekli kılmaktadır.

Eğitim sisteminin ve öğretim yöntemlerinin, teknolojik koşullar bağlamında yeniden şekillendirilmesi, etkin eğitim süreçlerinin geliştirilmesine öncülük etmiştir. Etkin ve sürekli eğitim, sorun çözümü, gelişim odaklı bakış açısı, nesnel ve pratik uygulamalara açıklık ve uyumluluk gibi birey açısından birçok gelişimsel aşamayı bir arada düşünmeyi sağlamaktadır. Günümüz eğitim yapısı, eleştirel düşünebilen, araştırmalar yapabilen, bilgiye/enformasyona erişimde teknolojiden yararlanabilen, bilgi ve becerisini çağın gereklerine uyumlandırılabilen bireyler yetiştirebilmektir (Özsoy, 2005:26).

Bilgi toplumunda eğitim, toplumların birbirine kapalı olduğu ve etkileşimin sınırlı olduğu dönemlerdeki gibi belli tutum, tavır ve davranışları aktaran ve önceki kuşakların yaptıklarını yineleyen insanlar yetiştirme işlevinden sıyrılmıştır. Yerine, yeni ürünler ve düşünceler geliştirebilme yeteneği olan bireyler yetiştirmek önem kazanmıştır. Bu bağlamda eğitim süreci içindeki bireyin değişen koşullara uyum gösterebilecek, yaptığı işlere eleştirel bir bakış açısı getirebilecek, sürekli değişen bir çevrede yeni ilişkiler kurabilecek şekilde bilgi ve becerilerle donatılması gerekmektedir (Numanoğlu, 1999). Bilgi çağından bilgiye ulaşma olanağına ve onu işleyebilecek beceriye sahip olan birey, grup, topluluk, toplum ya da milletler en başarılı olacaktır (Huitt, 1995). Bilgi çağının önde gelen bir özelliği, toplumsal yaşamdaki genel değişikliklerle bağlantılı olarak eğitim anlayışında da bazı değişimleri zorunlu kılmasıdır. Bilgi toplumuna ulaşmadaki zorlu süreçte meydana gelen bilgi tabanlı değişim hareketleri insanların eğitimden beklentilerini de değiştirmiştir. Geleneksel eğitim anlayışının yetersiz kaldığı günümüzde, eğitim politikalarında, amaçlarında, eğitim kurumlarının yapı ve işlevlerinde, eğitim programlarının içeriklerinde köklü yenilikler ve bir dizi dönüşümü planlamak bir zorunluluk olmuştur (Cisco, 2008).

Yeni eğitim sisteminde “öğrenci odaklılık” öne çıkmaktadır. Bireye öğrenmeyi öğretmek, yaşam boyu öğrenmenin esasını oluşturmaktadır. Zihinsel üretim, ezberci değil, sentezci bakış açısını beraberinde getirmektedir. Eğitimin sürekliliği ilkesi, toplumsal değişime uyum için adeta bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu süreklilik, bireyin ihtiyaçlarına paralel olarak bilgi birikimi, ilgi alanları ve becerilerinden

hareketle bireysel yol haritalarının çizilmesini gerekli kılmaktadır. Bireysel öğrenme, bireye yönelik esnek öğretim, bireyin kendisini tanımasını ve yaşam boyu kendisine öğrenme becerileri geliştirmesini sağlamaktadır. “Çok çalışmak değil, doğru çalışmak” ilkesi, bireyin kişisel öğrenme becerileri geliştirmesinin önemini ortaya koymaktadır. Nitekim bu ilke, yaşam boyu öğrenmenin özellikle günümüz koşullarında birey açısından gerekliliğine işaret etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklar, yeni yüzyılın öğrencilerini basılı kaynaklardan çok dijital kaynakları tercih eden, düz yazı yerine görsellerle, animasyonlarla ve seslerle süslenmiş kaynakları kullanan, birden fazla işi aynı zamanda yapabilen ve doğrusal olmayan verilerden yararlanabilen bireyler haline getirmiştir. Öğrencilik süreci sosyal ve kültürel anlamda da değişim sürecinden etkilenmiştir. Bu anlamda öğrenciler, dış dünyayla iletişimini daha çok internet aracılığıyla sağlamaya başlamış ve kendilerini dış dünyayla fiziksel olarak izole etmeye başlamışlardır. Önceleri dinlenmek için ayırdıkları zamanı bile internet başında geçirmeye başlamışlardır. İletişimde anında yanıt almaya alışmış ve bu konuda beklemeye tahammül edemez olmuşlardır. Yeni iletişim ortamlarını sıklıkla kullanmaları nedeniyle yazma alışkanlıkları değişmiş, neredeyse yeni bir yazı dili ortaya çıkarmışlardır. Bütün bu değişimin merkezinde yer alan öğrencilerin eğitim süreçleri açısından beklentileri de farklılaşmıştır. Bu çağın öğrencileri, eğitim ve öğrenme sürecinde bilgi teknolojilerinin sıklıkla kullanılmasını, çeşitlilik içeren etkinliklerin düzenlenmesini, grup çalışmaları ve sosyal ağ kurma fırsatlarını talep eder olmuşlardır (Şahin, 2009).

“Yetişkin eğitimi” ve “sürekli eğitim” gibi kavramlarla eş anlamda kullanılan yaşam boyu öğrenme, Candy (2003) tarafından “kişilerin yaşamları boyunca kazandıkları bilgi, değer, beceri ve anlayışları artıran ve güçlendiren, bunları gerçek yaşamda uygulayabilmeyi sağlayan destekleyici bir süreç” olarak tanımlanmıştır. Yaşam boyu öğrenme, eğitimde yeniden yapılanmada anahtar kavram olarak ilk kez 1970 yılında Paul Lengrand tarafından UNESCO Konferansı’nda sunulan “Yaşam Boyu Öğrenmeye Giriş” adlı bir bildiri ile gündeme gelmiştir. Daha sonra, 1972 yılında Uluslararası Eğitimi Geliştirme Komisyonu’nun yaşam boyu öğrenmenin gerekliliğine işaret eden “Dünya Eğitiminin Bugünü ve Yarını” adlı bir raporu yayınlanmış; raporda eğitimin, kişileri henüz var olmayan bir topluma hazırlama amacıyla resmi ve resmi

olmayan kanallarla yaşam boyu sürecek bir etkinlik olması gerektiği sonucuna varılmıştır.

“Yaşam boyu öğrenme; resmi bir özellik taşıyın ya da taşımasın iş ile ilgili, bireysel ya da toplumsal açıdan bilgi ve beceri geliştirme amaçlı yaşam boyunca gerçekleştirilen öğrenme etkinliklerinin tümü olarak bilinmektedir. Öğrenme, okul öncesinde emeklilik sonrasına kadar; okul ve üniversitelerdeki resmi eğitimden, iş yerlerinde devam eden mesleki eğitime ya da ailelerin çocuklarından öğrendiği çeşitli teknolojilerin kullanımına televizyon izlerken ya da müze ziyaretlerindeki öğrenmeye kadar yaşamın her evresine yayılabilmektedir. Her ne kadar yaşam boyu öğrenme için bir sınır oluşturma konusunda girişimlerde bulunulsa da yaşam boyu öğrenme, sınırsız öğrenmeyi ifade etmektedir” (Calimera, 2005; Edwards ve Usher, 2008’den aktaran Ersoy ve Yılmaz, 2009:803).

Yaşam boyu öğrenme gereksiniminde mesleki çeşitlilik ve gelişim, kişisel ve toplumsal gelişim yer almaktadır. Bu açıdan ele alındığında eğitim programları ve öğretim stratejileri belirlenirken bireysel gelişim özellikleri, zekâ ve ilgiler dikkate alınarak öğrenme-öğretme ortamlarının çeşitlenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Yaşam boyu öğrenmede klâsik senkron -yüz yüze- öğrenimin yanında – asenkron sanal ortam- öğrenim de önem kazanmaktadır (Çolakoğlu, 2002).

“Görevlerini tatmin edici bir biçimde yerine getirmek isteyen çalışanlar yeniden eğitime ihtiyaç duymaktadır. Sanayideki en önemli sorunlardan birisi teknolojinin hızla gelişmesi ve bilgi-becerilerin çok çabuk güncelliğini kaybetmesidir. Bu nedenle endüstride çalışan bireylerin niteliklerini artırmak ve verimliliği sağlamak için sürekli eğitim almaları kaçınılmazdır. Bir ülkenin endüstrisi ile eğitim sistemi arasında güçlü bir ilişki söz konusudur. Teknoloji tüm mesleklerde değişiklik yaratmakta, hatta bazı meslekler her birkaç yılda bir yenilenmektedir. Eğitim, kazanılması istenen yeni ihtiyaçları karşılamalı ve bireylerin nitelikli eleman olarak çalışmaya devam etmesine yardımcı olmalıdır” (Erdamar, 2007:213).

İçinde yaşadığımız bilgi çağında, iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler eğitimin yapısını ve biçimini etkilemekte, eğitimcileri yeni eğitim programları ve öğrenme-öğretme modelleri geliştirmeye yönlendirmektedir. Bu modellerin başında uzaktan eğitim gelmektedir ve uzaktan eğitim uygulaması da “e-öğrenme” biçiminde yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Bilişim teknolojilerinin etkin kullanımı ise “eğitim teknolojisi” kavramını gündeme getirmektedir. Eğitim teknolojisi, öğrenme-öğretme ortamlarını etkili bir şekilde tasarımılayan, öğrenme ve öğretme sürecinde meydana gelen sorunları çözen, öğrenme ürününün kalitesini ve kalıcılığını artıran bir akademik sistemler bütünü şeklinde açıklanabilir. Eğitim teknolojisinin temel amacı, öğrenmeyi etkili ve kalıcı biçimde sağlamaktır. Günümüz eğitim sistemi de bu yaklaşıma paralel olarak, eğitim teknolojilerini kullanma yönünde gelişim göstermektedir.

“Uzaktan eğitim”; farklı ortamlarda bulunan öğrenci ve öğretmenlerin, öğrenme ve öğretme faaliyetlerini, iletişim teknolojileri ve posta hizmetleri ile gerçekleştirdikleri bir eğitim sistemi modelini ifade etmektedir. Uzaktan eğitim; özel organizasyonların ve uygulamaların yapılması yanında, ayrıca özel bir ders planı yapma tekniği, özel öğretme teknikleri, elektronik olan veya olmayan sistemlerin kullanıldığı, özel iletişim metotları olan normal olarak öğretme faaliyetlerini farklı ortamlarda oluşturan planlı bir öğrenme sürecine işaret etmektedir. Tek bir ortamda geliştirilen bir online (çevrimiçi) öğretim programının değişik ortamlardan da takip edilmesine imkân tanınmaktadır. Uzaktan öğretimin bu avantajı mesafe ve zamandan bağımsızlık sağlamaktadır. Bir diğer ifade ile bireyler, dünyanın her yerinden (mesafeden bağımsız), herhangi bir bilgisayar platformu kullanarak (araçtan bağımsız), günün herhangi bir zamanında (zamandan bağımsız) bir çevrimiçi öğretim programına katılabilirler. İnternetin sunduğu eşzaman ve eşzamansız iletişim seçenekleri öğrenme-öğretme sürecine etkileşimi yüksek bir iletişim ortamı katmaktadır (Altıparmak, Kurt ve Kapıdere, 2011:320). E-öğrenme, zaman, mekân ve öğrenme konusunda tercih hakkını kullanma düşüncesinden yola çıkarak, öğrenme olgusuna yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Bilgisayar ve iletişim teknolojileri sayesinde eğitim-öğretim sürecinde öğretmen ile öğrencinin fiziksel olarak aynı ortamda bulunmamakla birlikte etkileşimde bulunduğu bir eğitim tekniği geliştirilmiştir. Buna paralel olarak, örgün öğretimde okulların fiziksel sınırlılıklarını ortadan kaldırmaya yönelik olarak “akıllı sınıf” uygulamaları geliştirilmektedir. “Aynı anda tüm öğrencilere hitap edilebilmesi, öğrencilerle aynı anda hem sanal hem de yüz

yüze iletişim kurulabilmesi açısından akıllı sınıf uygulamaları büyük ilgi görmektedir” (Özsoy, 2005:92). Bu bağlamda anlatım yöntemi, soru-cevap yöntemi, gösteri yöntemi, örnek olay yöntemi gibi birçok öğretim yöntemi bir arada kullanılabilir. Bu sayede öğrencilere öğrendiklerinin işe yaradığını hissettirmek kolaylaşmaktadır. Öğrenci, aktif bir konuma taşınırken öğrenci-öğretmen etkileşimi artmakta; sorun çözme, pratik çözümler üretme gibi konularda istekli hale gelmektedir. Öğrendiklerine ilişkin ilgisi artan öğrencinin, merak duygusu gelişmekte, araştırma ve incelemeye dönük aktivitelere yönelmektedir. Bu durumda öğretmenin rehberlik görevini üstlenmesi önem taşımaktadır (Rogers, 2000). Öğrenmeyi merkeze alan bu yeni yaklaşımın, yönlendirme, yetki ve destek verme, kendini yönetme ve belli bir yapıya uyma arasındaki dengenin nasıl sağlanacağı konusunda yönergeler sunması beklenir. Öğrencilerin bağımsız ve öğrendiğini gerçek hayat durumlarında kullanabilen bireyler olması temel hedefler arasında yer alır (Carraccio vd., 2002). Eğitimde temel hedef, etkili öğrenenler yetiştirmek olmalıdır. “Etkili öğrenenler gerçek yaşamla öğrenme arasında ilişki kurabilen, yaşam boyunca öğrenme ihtiyacı duyan, öğrenmek için kendisini güdüleyen bireylerdir” (Erdamar, 2007:229).

Öğretmenlerin dönüşümün bir parçası olmalarını sağlamak için, geleneksel öğretmen eğitimi yöntemlerinden kurtulmak ve teknolojik gelişmeleri takip etmek gerekmektedir. Eğitim süreçlerinde öğretmenlerin yeni teknolojinin uygulanmasında etkin rol almaları ve bu teknolojiyi öğrencilerin faydalanacağı üretici ve yaratıcı bir şekilde kullanabilmeleri önem taşımaktadır. Öğretmenlerin yeni teknolojiyi kullanmaları ve algılamaları konusunda, mesleki gelişimin bir sonucu olarak davranışlarında ve gündelik uygulamalarda gelişmeleri gerekir (McKenzie, 2001).

## 2.2. EĞİTİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ

Tüm dünyada iletişim ve öğrenme açısından hızlı bir dönem yaşanmaktadır. Özellikle 20. yüzyıldaki gelişmeler, bu dönemi ortaya çıkaran dinamikleri oluşturmaktadır. Bunların başında canlı yayın özelliğine sahip kitle iletişim araçlarının, radyo ve televizyonun ortaya çıkışı gelirken; bu araçlarla beraber enformasyonun, dünyanın herhangi bir yerine anında ulaşması mümkün olmuştur. Diğer bir ifadeyle iletişimdeki kitlesel anındalık ilk olarak radyo ve televizyon ile ortaya çıkmıştır. 20. yüzyılın son dönemlerinde dünya çapında yaygınlık kazanan internet ise bir kişinin

ihtiyaç duyduğu enformasyona bireyin talepleri doğrultusunda, etkileşimli olarak anında ulaşılmasını sağlamıştır. Bu iletişim ortamı ile bireyler artık ihtiyaçlarına göre enformasyona ulaşır olmuşlardır.

Eğitim ve öğrenme/öğretme uygulamaları da iletişim alanında yaşanan gelişmelerden doğrudan ve dolaylı olarak etkilenmiştir. Bunun sonucunda“uzaktan öğrenme” olarak adlandırılan öğrenme biçiminde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Radyo, televizyon ve sonrasında internet ortamlarındaki uygulamalar, iletişim ve etkileşim süreçlerinde önemli yapıtaşlarını oluşturmaktadır. Bu uygulamalarda önemli bir ayrıntı “etkileşimlilik” kavramında yatmaktadır. Birbirini etkileyen durumları belirten etkileşimlilik, internet ortamlarında etkin bir şekilde gerçekleşmektedir. Etkileşimlilik, pasif izleyicinin yerine aktif izleyicinin geçmesini sağlamıştır.

“İzleyiciler sadece medyanın ne söylediğini takip etmekle yetinmezler. Günümüzdeaktif izleyici kavramı iletişim araştırmalarına iyice yerleşmiş durumdadır. Ve medyanın izleyiciyi etkileme kapasitesiyle bağlantılı olarak kendi iç kontrolleri vardır, çünkü medya öncelikli olarak bir iştir ve izleyiciyi kazanmak zorundadır; medya genellikle çoğulcu ve rekabetçidir; rakipleri karşısında itibarını korumak zorundadır...” (Castells, 2012:16).

Etkileşimli ortamların kullanıldığı ve aktif öğrenenlerin bu ortamlarda yer aldığı uygulamalar da “e-öğrenme” kavramı altında bir araya toplanmıştır. Eğitimde teknoloji kullanımına ilişkin olarak teknolojinin üretildiği ülkelerde, eğitiminde teknolojiyle entegrasyonu göze çarpmaktadır. Başta ABD olmak üzere çeşitli teknoloji üreticisi ülkeler, teknolojik gelişmeleri eğitimde kullanmaya başlamışlardır. Eğitimde teknoloji kullanımının aşamalarını şu başlıklar altında sıralamak mümkündür (Özden vd., 2003):

- I. ve II. Dünya Savaşlarında askeri amaçlı filmlerle eğitimde görsel malzeme kullanılmıştır.
- 1950’li yıllarda öğretim amaçlı televizyon kullanılmaya başlamış ve üniversitelerde görsel-işitsel teknoloji bölümleri kurulmuştur.
- 1950-1960 yılları arasında ABD’de Ford Vakfı televizyon aracılığı ile eğitime destek vermiştir.

- 1967 yılında Amerikan Araştırma Enstitüsü “İhtiyaca Göre Öğrenme” adı verilen bireysel öğretici programlar geliştirmiştir.

Eğitim kurumlarda bilgisayar kullanımının aşamaları ise şu şekilde sıralanabilir (Özden vd., 2003):

- 1950’li yıllarda bilgisayarlar büyük üniversitelerin yönetsel amaçlı kullanımları ile eğitim kurumlarına girmiştir.
- 1960’larda bilgisayar temelli öğretim programlarının geliştirilmesi çalışmaları başlatılmıştır. Bu projelerden birisi de PLATO’dur.
- 1970’li yıllarda daha fazla sayıda okul bilgisayarları idari amaçlı olarak kullanmaya başlamıştır.
- 1972 yılında TICCIT(Zaman Paylaşımı ve Etkileşimli Bilgisayar Kontrollü Öğretici Televizyon) sistemi geliştirilmeye başlanmıştır.
- 1970’lerden sonra internetin gelişimi ile kişisel bilgisayardan, ağ sistemlerine ve internete doğru bir yönelim başlamıştır.
- Türkiye’nin de 1993 yılında dahil olduğu internet omurgası NFSNET ağ omurgasına ülkelerin hızla katılması ve çok hızlı artan ve bir teknoloji yarışının başlaması ile yeni bir döneme girilmiştir.

Türkiye’de ise teknoloji kullanımından 1970lerde 3. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile yaygın eğitim için radyo ve televizyon kullanımından bahsedilmiş, ardından 4. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile açık yükseköğretim ve yaygın eğitim için ikinci kanal televizyonun açılmasına karar verilmiştir. 1995 yılından sonra ise yeni ileri teknoloji ürünü bilgisayarlar ve internetin kullanımının artması sonucu eğitim sisteminin içerisine de teknoloji hızla girmiştir. 1990’lı yılların sonunda ise MEB’in ortaya koyduğu MLO, ILSIS ve MEBSIS çalışmaları eğitimde teknoloji kullanımında idari süreçlerin yapısını değiştirmeye ve teknolojinin işlerliğinden ziyade sayısına odaklanmaya neden olmuştur (Aksoy, 2003).

İçinde bulunduğumuz yüzyılın ikinci yarısında tüm ülkelerde eğitim isteği aşırı artış göstermiş ve sonuç olarak “okul patlaması” sorunu ortaya çıkmıştır. Bu patlama, ekonomi, bilim, teknik vb. alanlarda olağanüstü gelişmeleri hızlandırırken; çok çeşitli alanlarda görülen gelişmeler, eğitimin değerinin anlaşılmasına, her yaşta eğitime yönelik istekliliğin/gönüllülüğün yoğunluk kazanmasına neden olmuştur. Eğitim

süreçlerine duyulan yoğun ilgiye paralel olarak tüm dünya ülkelerinde eğitim sorunları çığ gibi büyümüş, eğitim krizleri ülkeleri tehdit eder boyutlara ulaşmıştır. Bu durum karşısında bütün ülkeler öğretmen yetiştirme konusu başta olmak üzere, yeni okullar inşa etme, var olan tesis ve donanımları etkili biçimde kullanma, öğrenim sürelerini uzatma, ikili öğretim, gece öğretimi gibi uygulamalara ağırlık vermeye başlamıştır (Yüzer vd., 2010). Bir başka biçimde ifade edilecek olursa, eğitim kurumlarını öteki kurumlardan ayıran temel özelliklerin başında, eğitim kurumlarının değişimi başlatma sorumluluğu gelmektedir. Bu rol, eğitim kurumlarının toplumun geneline yalnızca temel bilgiler veren bir yapıda kalmasına izin vermemekte; değişimi tetiklemektedir (Uline vd., 1998).

Günümüzde eğitim sorunlarının geleneksel yollarla çözülemeyeceği anlaşıncı yeni çözüm arayışlarına yönelinmiştir. Giderek artan ve çözülmeyi bekleyen eğitim sorunları, eğitimcileri ve bilim adamlarını yeni arayışlara sevk etmiş; bilgisayar sistemlerinin kaynak olarak kullanımına dönük bakış açıları tüm dünyadagenel eğitim-öğretim yöntemleri arasında görülmeye başlanmıştır. Bilgisayar teknolojilerine dayanan ve tüm dünyayı saran ağlar vasıtası ile milyonlarca insan aynı anda geniş yelpazede enformasyon paylaşmaya başlamıştır. Eğitsel sorunların çözümünde, bilginin paylaşımında ve kullanımında olduğu kadar diğer sektörlerde de gelişen teknolojinin imkanlarından yararlanmak eğitim endüstrisinin gelişimini sağlamıştır.

Küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeye bağlı olarak meydana gelen köklü dönüşüm her ülkenin, toplumun, kurumun ve bireyin geleceği üzerinde etkilidir. Küreselleşen ve değişen dünyada, gelişen ve egemen olan dinamiklerden bağımsız hareket etmek neredeyse imkansız hale gelmektedir. Bu bağlamda eğitim sistemlerinin değişmesi kaçınılmazdır (Cheng, 2002). Bununla beraber, eğitim kurumlarının varlığını sürdürebilmesi için toplumun özelliklerini koruması, yaşamsal işlevini sürdürebilmesi için de kendini yenilemesi gerekir (Alıcıgüzel, 1998).

Bugün teknoloji ve iletişim alanında piyasaya sürülen kaynakların örgün ve yaygın eğitim etkinliklerine oldukça önemli katkılar sağladığı şüphesizdir. Öyle ki, teknoloji, bireyin gündelik ve mesleki yaşamını geniş ölçüde etkilemektedir. Bugün tüm insanlığın kullanmakta olduğu radyo, teyp, video, bilgisayar sistemleri ve buna bağlı internet sistemleri, bireyin farklı amaçları, ihtiyaçları ve hedefleri için değişik alanlarda

sıkça kullandığı vazgeçilmez birer araç olarak anlam kazanmaktadır. Bununla beraber, teknoloji tabanlı kaynakların eğitimde düzensiz kullanımı, verimli ve etkin süreçler ortaya çıkarmamakta, bilgisayar destekli eğitimde içerik de önem taşımaktadır. Çağdaş eğitim teknolojisi denildiğinde akla daha geniş yelpazede anlam ve uygulama dizgeleri gelmektedir. Bu bağlamda eğitim teknolojisi, bireyin öğrenme süreçlerinde etkili bir ortam oluşturmak için insan gücü ve dış kaynaklardan yararlanmak yoluyla öğrenme-öğretme süreçlerini sistematik biçimde tasarlama, uygulama, değerlendirme ve geliştirmeyi hedefleyen disiplinler arası bir yaklaşımın uzantısı (Hızal, 1998:26) olarak değerlendirilmektedir. Eğitim teknolojisi, eğitim programının öğeleri açısından ele alındığında, eğitim programının süreçler ögesiyle doğrudan, diğer öğelerle dolaylı bir ilişki içersinde olduğu görülmektedir. Nitekim eğitim teknolojisi, belirli eğitim hedefleri yönünde, belirli bir içeriği, uygun süreçler yoluyla uygulamaya koyma ve bunun sonuçlarının değerlendirilmesiyle ilgili etkinlikler bütününe kapsamaktadır (Alkan, 1977:13).

### **2.3. İNTERNET VE EĞİTİM SÜREÇLERİNDEKİ DÖNÜŞÜM**

Bilgisayar tabanlı teknolojiler ve internet ortamında gelişen ağlar aracılığıyla bilgi birikimi her geçen gün giderek artmaktadır. Küreselleşmeye paralel olarak bilginin dolaşımı, bilgiden daha fazla faydalanma gereksinimi, bilgiye erişme ihtiyacı eğitim süreçlerinin dönüşümünü beraberinde getirmiştir. İnternet, bilgisayarların birbirlerine bağlanmasını sağlayan ortam olup; dünyanın en büyük iletişim ağıdır. Zaman ve mekandan esnek olan bu ortam, bilgiye erişim, bilgiyi paylaşma, saklama ve dönüştürme olanaklarını da sağlamaktadır. Bu gelişmeler öğrenme-öğretme süreçlerini teknoloji tabanlı hale getirmektedir. Büyük miktarlarda veri sağlama, bilgiye kolay erişim ve zengin iletişim olanakları, internetin öğrenme amaçlı kullanımı fikrini doğurmuştur. İnternette öğrenme, artan yeni bilgi ve becerilerin kazandırılmasında, öğrencilerin öğrenme alışkanlıklarının ve deneyimlerinin zenginleştirilmesinde kullanılabilecek bir eğitim modelidir (Şahan, 2007:233-234).

İnternet tabanlı öğrenme, öğrenen ve öğretmenin değişen yeni teknolojik olanaklar çerçevesinde öğrenen ve öğretmenin, altyapısında internet tabanlı ortamların kullanıldığı esnek ortamlar sunmaktadır. Öğrencilerin bireysel farklılıkları göz önünde bulundurularak oluşturulan sistem, anlamayı ve öğrenmeyi zengin içerik ve farklı eğitim

metotları aracılığıyla bilgi paylaşımını esas almaktadır. İnternet tabanlı öğrenme ortamları, teknolojinin özellikleri kullanılarak spesifik konu alanlarına ilişkin bilgiden eğitimin amaçları doğrultusunda yararlanmayı sağlamaktadır.

Eğitim ve öğretim süreçleri her geçen gün gelişmekte; yapılan araştırmalar sonucunda birey odaklı yaklaşımın gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Öğrenen bireyin (öğrencinin) psikolojik, sosyal, kültürel ve zeka işleyişi yönünden farklı olduğu göz önünde bulundurulduğunda her öğrenciye aynı eğitim süreçlerinin uygulanmasının başarıyı olumsuz yönde etkilediği gözlenmektedir. İnsan zekasına ilişkin olarak geliştirilen yaklaşımlar, öğretim süreçlerinin başarıyla yürütülmesi açısından rehberlik etmektedir. Öncelikli olarak belirtilecek olursa, her bireykendi zekasını artırma ve geliştirme becerisine sahiptir. Zeka sadece değişmekle kalmaz, aynı zamanda başkalarına da öğretilir. Zeka, insandaki beyin ve zihin sistemlerinin birbiriyle etkileşimi sonucu ortaya çıkan çok yönlü bir olgudur. Ancak zeka, çok yönlülük göstermesine rağmen kendi içinde bir bütündür. Birey, günlük hayatta çözmesi gereken bir sorunla karşılaştığında, bireyin zekasının çeşitli yanları bir bütünlük göstererek belli bir uyum içinde çalışır. Bununla beraber her birey, çeşitli zeka alanlarının tamamına sahiptir. Dolayısıyla her birey, bazı zeka alanlarında oldukça gelişmiş, bazılarında orta düzeyde gelişmiş ve diğerlerinde ise çok az gelişmiş olabilir. Nitekim her birey, çeşitli zeka alanlarından her birini yeterli bir düzeyde geliştirebilir. İlave etmek gerekirse, çeşitli zeka alanları, genellikle bir arada ve belli bir uyum içinde çalışır. Genellikle, gerçek hayatta hiçbir zeka alanı tek başına var olmaz. Çeşitli zeka alanları birbiri ile sürekli olarak etkileşim halindedir. Bireyin her alanda zeki olmasının ise birçok yolu bulunmaktadır. Bireyin belli bir zeka alanında gelişip gelişmemesi, başlıca dört faktöre ve bu faktörlerin birbiriyle etkileşimine bağlıdır. Bu faktörler, (i) biyolojik nitelik, (ii) kişisel hayat hikayesi, (iii) tarihsel ve kültürel özgeçmiş ile (iv) kristalleştirici veya felce uğratici deneyimler olarak sıralanabilir (Saban, 2004:49-51).

“*Frames of Mind*” (Düşüncenin Çerçevesi) başlıklı eserini 1983’de yayınlayan ve 1993’de ise “Çoklu Zeka Teorisi”ni<sup>10</sup> geliştiren Hovvard Gardner’a göre doğuştan

<sup>10</sup> Filozof Nelson Goodman 1967’de Harvard Graduate School of Education’da yaygın bir şekilde bilinen sözel ve mantıksal sembol sistemlerinin diğer açıklayıcı ve iletişimsel sistemlere nispeten, önceliklere sahip olduğu fikrine karşı koymak maksadıyla, Project Zero (Proje Sıfır) adlı bir proje başlattı. Çoklu Zeka Kuramı’nın ortaya çıkışı, Hovvard Gardner’ın 1979’da bu projeye “The Nature and Realization of Human Potential” (İnsan Potansiyelinin Doğası ve Ortaya Çıkarılması) konusunu çalışmak üzere bir grup

itibaren çocuklarda yedi tip zeka -dilsel zeka, görsel zeka, matematiksel zeka, harekete dayalı bedensel) zeka, müzik zekası, kişilerarası (sosyal) zeka ve kişinin kendine dönük zekası- farklı düzeylerde bulunmaktadır (Bakınız Tablo 2.1). Bu çerçeveden bakıldığında “en geniş anlamda eğitimin amacı, çocuklardaki farklı ilgileri, ihtiyaçları ve yetenekleri ortaya çıkarmak ve onları sınıftaki öğrenme-öğretme sürecinin temelleri olarak kullanmaktır” (Saban, 2004:39). Birey merkezli eğitimin temelini oluşturan bu yaklaşımın öne sürdüğü bu zeka tiplerine göre öğrenme biçimleri de farklılaşmakta ve bireysel nitelik kazanmaktadır. “Herkesin birbirinden farklı algılama ve anlama, olayları birbirinden farklı yaklaşım ve problem çözme yetenekleri ve tarzları vardır” (aktaran Özsoy, 2005:119). Öğrenme ve etkili öğretim yöntemleri de bu bağlamda düşünülmelidir.

Bu yaklaşımdan hareketle geliştirilen eğitim-öğretim modelleri ve yaklaşımları çerçevesinde çok yönlü gelişimin öne çıkması, bireyi kendisine güvenen, becerileri gelişmiş ve ileriye dönük projeler geliştirme yönünde istekli hale getirmektedir. “İnternet bağlantılı bir bilgisayarla düzenlenen öğretme-öğrenme sürecini benimseyen internet tabanlı öğrenmenin en önemli özelliği, öğrencilerin bireysel özelliklerine göre farklı öğrenme etkinlikleri sunmasıdır” (Şahan, 2007:235). İnternet siteleri, öğretim seti mantığına benzer öğrenme portallarına dönüştürülmüştür. Öğrenciler portallara girip modül öğrenme ortamlarını takip ederek yeni öğrenme yaşantıları elde etmekte veya var olan bilgilerini pekiştirmektedirler. Bilimsel makalelerin yayınlandığı web siteleri olduğu gibi, özellikle öğrenciler tarafından kullanılan kitap ve web sitelerinin özetlerinin yer aldığı siteler de eğitimin bir parçası haline gelmiştir. Bilginin kitap raflarından, ders notlarından dijital ortamlara aktarılması, internet dünyasını kütüphane haline getirmiştir. Sanal kütüphaneler oluşmuştur (TBMM, 2012:534).

Günümüz eğitim anlayışı, bireylerin öğrenmede sorumluluk alabildikleri, bilgiyi kendilerinin etkin olarak yapılandırabildikleri, kendi öğrenme süreçlerinde üst düzey düşünme ya da öğrenme becerilerini işe koşabildikleri, öğretmen rollerinin danışman ya da rehber olarak değiştiği ve öğretmenin de bir öğrenen olarak hareket ettiği çeşitli süreç tasarımlarının oluşturulmasını gerekli kılmaktadır (Yurdakul, 2007:260).

---

araştırmacıya katılmasıyla başlar. Hovvard Gardner’in 1983 yılında yayınladığı ve büyük yankılar uyandıran *Frames of Mind* (Düşüncenin Çerçeveleri) ile başlayan ve 1993 yılında yayınlanan *Multiple Intelligences* (Çoklu Zeka) ile doruğa ulaşan bu kuram ile ilgili artık hemen hemen her alanda uygulanması ile ilgili makale ve kitaplar yayınlanmış, bildiriler sunulmaya başlanmıştır (Altan, 1999).

**Tablo 2.1.** Çoklu Zeka Teorisine Göre Zeka Tipleri

|                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Uzaysal/Görsel Zeka</b><br>( <i>Spatial/Visual Intelligence</i> )               | Biçime, şekle, boşluğa, renge ve çizgiye duyarlılık. Boşluğu zihinde canlandırabilme ve bu modeli kullanarak uygulamalar yapabilme yeteneği. (Örn. görsel ve uzaysal fikirleri grafiklerle anlatabilme yeteneği.) Denizciler, heykeltıraşlar, ressamalar ve cerrahlar bu zekanın hayli gelişmiş formlarına sahiptirler. Görsel zekayı güçlendirmek için öğretmenler, sınıf ortamında kartlar, grafikler, fotoğraflar, renk ve semboller, üç boyutlu deneyler ve haritalardan yararlanabilirler. |
| <b>Mantıksal/Matematiksel Zeka</b><br>( <i>Logical/Mathematical Intelligence</i> ) | Rakamları etkin kullanma ve ortaya çıkan sonuçları iyi bir nedene bağlama yeteneği. Örnek beceriler; sayılara ilişkin temel kavramları, sebep-sonuç ilişkilerini anlayabilme ve onları tahmin edebilmedir. Öğretmen sınıf ortamında problem çözerek, deney yaparak, eleştirel düşünme, mantık oyunları, sınıflama, ölçme gibi etkinliklerle matematiksel zekayı güçlendirebilir.                                                                                                                |
| <b>Sosyal Zeka</b><br>( <i>Interpersonal Intelligence</i> )                        | Diğer insanların ruh hallerini, duygularını, güdülerini ve niyetlerini, nasıl çalıştıklarını, onlarla nasıl ortaklaşa çalışılabileceğini anlayabilme, problemleri ve karışıklıkları çözebilme yeteneği. Başarılı satıcılar, politikacılar, öğretmenler ve din adamları yüksek düzeyde bu zekaya sahiptirler. Öğretmen, grup çalışması, tartışma, beyin fırtınası gibi etkinliklerle sosyal zekanın gelişmesine yardımcı olabilir.                                                               |
| <b>Sözel/Dilbilimsel Zeka</b><br>( <i>Verbal/Linguistic Intelligence</i> )         | Dili hem sözlü hem de yazılı olarak etkin kullanma yeteneği. Bilgiyi hatırlama, diğer insanları ikna etme ve dil hakkında konuşmayı içerir. En geniş şekliyle şairler tarafından sergilenen yetenektir. Öğretmenler, öğrencileri tartışma, konuşma, yazma, okuma, sunu yapma, açıklama yapma, araştırma konusunda cesaretlendirirlerse, öğrencilerinin dil zekalarının gelişmesine katkı sağlamış olurlar.                                                                                      |
| <b>Bedensel/Duyusal Zeka</b><br>( <i>Bodily-Kinesthetic Intelligence</i> )         | Fikirleri ve duyguları ifade etmek için, vücudu kullanabilme ve problemleri çözebilme yeteneği. Koordinasyon, esneklik, hız ve denge öne çıkar. Dansçıların, atletlerin, cerrahların ve zanaatkarların bu zekanın gelişmiş formlarına sahip olduğu söylenebilir. Öğretmen, elle yapılan deneyler, beden dili kullanma ve drama gibi etkinliklerle bedensel zekayı etkileyebilir.                                                                                                                |
| <b>Müzik Zekası</b><br>( <i>Musical Intelligence</i> )                             | Ritme, sesin yüksekliğine ve melodiye duyarlılık. Şarkıları ezberleyebilme, melodilerdeki hızı, tempoyu ve ritmi değiştirebilme becerileridir. Ünlü müzisyenlerden Mozart bu yeteneğe fazlasıyla sahipti. Öğretmen, şarkı söyleme, ritim tutma, fon müziği kullanma ve enstrüman çalma gibi etkinliklerle müzik zekasını güçlendirebilir.                                                                                                                                                       |
| <b>Kişinin Kendine Dönük Zekası</b><br>( <i>Intrapersonal Intelligence</i> )       | Kendi kendini tanımanın anahtarı durumundadır. Bireyin, kendisinin kuvvetli ve zayıf taraflarını, ruh halini, niyet ve isteklerini anlayabilmesi ve bunlardan yola çıkarak yaşamını daha etkin bir şekilde devam ettirebilmesi. Örnek beceriler arasında; kişinin kendinin diğerleriyle olan benzerliklerini ve farklılıklarını anlayabilme, bir şeyi yapması gerektiğini kendi kendine hatırlatabilme ve kendi duygularını kontrol edebilme gösterilebilir.                                    |

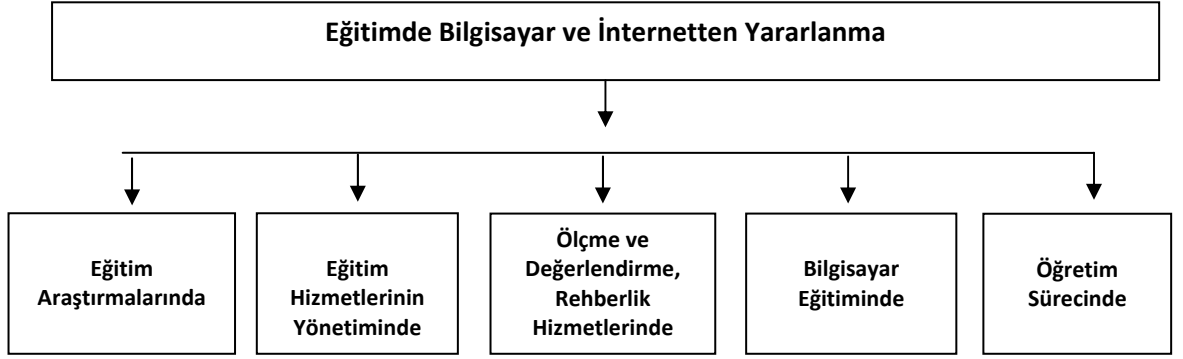
**Kaynak:** Altan, 1999; Orhaner ve Tunç Hussein, 2007:64-66.

Ülkemizde Milli Eğitim Bakanlığı; yaşanan dönüşümlere paralel olarak sürekli gelişerek değişen bir yapılanma sürecindedir. Okullarda çoklu zekâ ve yapılandırmacı yaklaşımın uygulanmaya başlamasıyla başlayan süreç, yöneticilerin, öğrenci ve öğretmenlerin eğitim ve kişisel bilgilerinin veri tabanı e-okul modülüne aktarılması, her türlü kayıt, nakil, not verme ve yazışma hizmetlerinin elektronik ortamlarda yürütülmesi, okullarda yapılan faaliyetlerin web sitesi marifetiyle dış dünyaya açılmasıyla devam etmiştir. Her okula bilgisayar, projeksiyon ve bilişim laboratuvarlarının kurulması, öğrencilerin bilgisayar kullanımlarını artırmak için konulan bilgisayar dersleri ve öğretmenlerin bilgisayar ve bilişim sistemleriyle ilgili yeterliliklerini artırmak için düzenlenen hizmet içi eğitim faaliyetleri eğitim sistemini bilişim dünyasıyla bütünleştirilmiştir. Bilişim ve internetin günlük hayatımızın vazgeçilmezi haline gelmesi neticesinde; eğitim anlayışında köklü değişiklikler meydana gelmiş; eğitim içerikleri dijital ortamlara taşınmaya başlanmış, neticesinde eğitim bilişim ağı içerik sistemleri oluşturulmuştur. Bilgisayar dersi yerine ortaokul ve liselerde seçmeli “bilişim teknolojileri ve yazılım” dersi getirilmiştir. Bilgisayar dersinin kaldırılmasının temel sebebi; hayat boyu öğrenme süreci içerisinde gerekli olan temel bilgisayar becerilerinin ilkökul birinci sınıftan itibaren tüm derslerin içerisinde verilmesinin öngörülmesidir. Yenilenen eğitim sistemi ve Fatih projesine göre; öğrenciler ilkökul birinci sınıftan itibaren tüm ders içerik ve etkinliklerini bilgisayar destekli eğitim ortamlarında ve bilgisayar ile yapacağı için bu beceriler sadece bilgisayar dersinde değil tüm derslerde verilecektir (TBMM, 2012:511).

Eğitimde kullanımı yaygınlaşan çağdaş teknolojiler, bireyi merkeze alabilmekte ve onlara değişik öğrenme ortamları sağlayabilmektedir. Bilgiyi elektronik ortamda depolama aygıtlarının gelişmesi neticesinde (CD, flash disk, USB, hard diskler ve harici bellekler gibi) yazılı kitaplar elektronik ortama aktarılmış ve buralarda saklanmaya başlamıştır. Ders kitapları dijital ortama aktarılmış, e-kitap458 ve z-kitap459 kavramı geliştirilmiştir. Geliştirilen bu kitaplar, bilgisayarlara, eğitim portallarına, interaktif tahtalara ve web sitelerine eklenmiştir. İnteraktif ve akıllı tahtalar sayesinde, tahtaya yazılan bilgilerin, öğrencilerce bilgisayarlara aktarılabilmesi sağlanarak not tutma alışkanlıklarında da değişime yol açmıştır. Not tutma aracı olan defterlerin yerine bilgisayar, akıllı telefon ve tablet bilgisayarlar kullanılmaya başlanmıştır (TBMM, 2012:533).

Eğitim teknolojisi bir yandan çağdaş teknolojilerden, diğer yandan davranış bilimlerinin bulgularından yararlanarak öğrenmenin doğasına uygun bireysel koşulların

nasıl oluşturulabileceğine odaklanmakta; böylelikle fiziksel ve davranış bilimlerini sistem yaklaşımı anlayışıyla belirli bir tabanda buluşturarak sentezlemektedir. Bu çerçevede eğitim sürecinde bilgisayarlardan ve bunların oluşturduğu internet sisteminden yararlanmayı belirli başlıklar altında toplamak mümkündür (Bakınız Şekil2.1).



**Şekil 2.1.**Eğitimde Bilgisayardan Yararlanma Biçimleri

**Kaynak:**Alkan, 1977:38.

Eğitimde bilgisayardan yararlanma etkinlikleri; eğitim araştırmalarında, eğitim hizmetlerinin yönetiminde, ölçme ve değerlendirme hizmetlerinde, rehberlik-psikolojik danışma hizmetlerinde, bilgisayar eğitiminde ve özellikle öğrenme ve öğretme etkinliklerinde yani eğitim sürecinin hemen hemen her aşamasında etkin olarak kullanılmaktadır.

Eğitim süreçlerine doğrudan dahil olan bilgisayarın çeşitli uygulamaları mevcuttur. Bilgisayar destekli eğitimde özel öğretici programlar, alıştırma-uygulama, benzetim (simülasyon), bilgisayarla öğretim oyunları, testler, hipermedya yazılımları gibi geniş uygulama yelpazesinden yararlanıldığı gözlenmektedir (Baytekin, 2004:1018).

Çağımız toplumları, sanayi teknolojisinden çıkarak bilişim teknolojisi devrini yoğun bir şekilde yaşamaktadır. Bu durum, bilimsel ve teknolojik alanlarda olduğu kadar eğitim alanında da çok sayıda araştırma yapılması anlamına gelmektedir. Yapılan araştırmalarda ihtiyaç duyulan verilerin toplanması, değerlendirilmesi, kullanıma hazır hale getirilerek diğer çalışmalar için kaynak olarak başvurulması, sadece insan gücüyle yapılacak işler değildir. Bunun yerine yine insanın kontrol ve yönlendirilmesi ile tüm bu

işlemler çok daha ekonomik, kısa bir zaman ve daha az bir çaba ile hatasız sonuçlar elde edilmekte ve sonuçlar dünyanın her yanına anında gönderilebilmektedir.

Eğitim hizmetlerinin yönetiminde yani yürütülmesinde bilgisayarlar ve internet önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Eğitim sektörü, öğrencileri ve personeli ile diğer sektörlerle göre daha büyük kitlelere hizmet götürmektedir. Yönetim hizmetleri bugün o kadar gelişmiştir ki normal insan çabası ile bu hizmetlerin yerine getirilmesi günümüz eğitim anlayışı içerisinde mümkün değildir. Eğitim kurumları yöneticilerinin alacakları kararların sağlıklı verilere dayanması önemli bir konudur. Kurumlarla ilgili kararların gerçek olmayan, eksik ve düzensiz verilere dayanması bu alandaki hizmetleri olumsuz yönde etkilemekte niceliksel ve niteliksel olarak çok büyük zararlara sebebiyet vermekte veya eğitim araçları gerçekleştirilmemektedir.

Bugün bilgisayarlar eğitim kurumlarının en üst düzeyinden başlayarak en küçük okula kadar hizmetlerin sağlıklı bir biçimde gerçekleşmesine katkıda bulunacak bir yapı içerisinde gelişmeye devam etmektedir. Bilgisayarların eğitim hizmetlerinin yürütülmesinde kullanılması ile ilgili önemli konular şu başlıklar altında sıralanabilir:

- a) Personel ile ilgili her türlü işlemler
- b) Mali kayıtlar ve değerlendirmeleri
- c) Öğrenci kayıt, kabul, devam, başarı karşılaştırmaları ve değerlendirmeleri
- d) Mezun öğrencileri takip vb.
- e) Akademik çalışma sahalarında ihtiyaç duyulan hemen her türlü bilginin anında alınarak işlenmesi
- f) Diğer akademik çalışmalar ile karşılaştırma yapabilmek
- g) Dünyanın her yanından bilim adamları ile karşılıklı bilimsel ve kişisel görüş alışverişinde bulunma

Özölçe, bilgisayarlar ve internet kullanımı eğitim sürecinin her safhasında etkin olarak karşımıza çıkmaktadır. Planlama safhasında, eğitim amaçlarının tespitinde, değerlendirilmesinde, değişik açılardan başka ülkelerin eğitim amaçları ile karşılaştırmalar yapılabilen, günün şartlarına bağlı olarak yeni düzenlemelere kolayca gidilebilmektedir. Uygulama safhasında ise amaçlara bağlı olarak her türlü etkinlik planlanarak uygulamaya konulabilmektedir. Öyle ki, eskinin geleneksel taktir metodu yerine “Sanal Eğitim” denilen yeni bir eğitim ve öğretim modeli

kullanılmaktadır. Aynı şekilde konular öğrencilere görsel ve işitsel figürlerle sunulduğundan, bireysel özelliklere uygun çalışma imkanı sunması, her türlü bilginin kolayca elde edilmesi gibi hususlarda aktif olarak kullanılmakta ve eğitimin verimini artırabilmektedir. Bu bağlamda öğretmenlerin, öğrencilerin öğrenme tarzını ve tercihlerini dikkate alması önem kazanmaktadır. Sosyal ağlar, wikiler ve bloglar gibi sosyal medya teknolojileri geleneksel medyaya oranla daha geniş bir alanda işbirliği olanağı sunmaktadır. “Twitter ve Facebook gibi siteler, öğretmenlerin öğrencileriyle iletişim kurmalarına yardımcı olabilir. Kullanıcılar bilgiyi birçok düzeyde ve gerçek zamanlı olarak yaratabilir, paylaşabilir ve değiş-tokuş edebilirler” (Moody, 2012:167).

Yeni bir medya türü olarak 1990’lı yıllara damgası vuran internet bir çok alanda insanlık için yeni imkanlar sunduğu gibi yeni yönelimleri de beraberinde getirmektedir. İnternet, dünyadaki binlerce bilgisayar sistemini birbirleri ile ilişkili hale getirerek, ortak çalışma, araştırma, uygulama ve değerlendirme imkanları sunmaktadır. Bu ağda veriler büyük bir hızla ve büyük miktarda işlenerek iletilmekte, dolayısıyla da enformasyona dönüşmektedir.

“Öğrencinin bilgiyi yapılandırarak öğrenmesini temele alındığı yapılandırmacı yaklaşımın uygulanışında internet tabanlı öğrenme, süreci zenginleştirmektedir. Yapılandırmacı yaklaşım, özellikle öğrencilerin daha önceki bildikleri ile yeni öğrenecekleri arasında ilişkilendirmeler yaparak öğrenmelerine yardımcı olan bir yaklaşımdır. Yapılandırmacılıkta öğrencilerin kendi kendilerini yönlendirebilmeleri, bilgiyi yapılandırmaları ve eleştirel bakabilmeleri söz konusudur. Bu süreçte, öğrenciler daha çok birinci elden verileri ve materyalleri kullanırlar. Yapılandırmacı yaklaşım uygulamalarında yer alan internet tabanlı öğrenme, bireylerin kendi yetenek, istek, beklentilerine uygun olarak etkileşimde bulunabilecekleri sanal ortamı ve kendi öğrenmelerini kendilerinin yapılandırabilecekleri öğrenci merkezli bir program yaklaşımını benimser” (Şahan, 2007:236).

Ülkemizde Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü tarafından yürütülen Eğitim Bilişim Ağı, çevrimiçi bir sosyal eğitim platformudur. Bu platformun amacı; okulda, evde ve ihtiyaç duyulan her yerde bilgi teknolojileri araçlarını kullanarak

etkili materyal kullanımının desteklenmesi ve teknolojinin eğitime entegrasyonunun sağlanmasıdır. Bu çalışmanın, sınıf seviyelerine uygun, güvenilir ve incelemeden geçmiş doğru e-içerikler sunularak yapılması planlanmaktadır. Bu proje sayesinde bütün öğrenciler aynı standartlarda eğitilecek, kullanılan eğitim kaynakları bakımından eşit haklara sahip olacak ve böylece eğitimde fırsat eşitliği sağlanmış olacaktır. Hazırlanan bütün dijital kaynaklar eğitim bilişim ağında paylaşılrken öğretmenler ve öğrenciler de paylaşımda bulunmaya başlayacaklardır (TBMM, 2012:556).

Aynı zamanda eğitim süreçleri bağlamında ele alındığında, ölçme-değerlendirme ve rehberlik hizmetlerinde internet giderek yaygınlık kazanmaktadır. Öğrenme ve öğretme ilkelerinin sonucunda öğrencilerin eğitim amaçlarına ne derece ulaştıklarını belirleme ve değerlendirmede bilgisayarlar, bireysel öğretimin sıklıkla vurgulandığı günümüzde, bilginin ve araştırma sonuçlarının ve verilerinin paylaştırılmasının vurgulandığı, ulusal olduğu kadar uluslararası sahada da etkinliği vazgeçilmez bir teknolojik araç ya da bilişim teknolojisinin özeti durumundaki bilgisayarların ve bu ağların oluşturduğu internetten yararlanma zorunlu olarak karşımızdadır. İnternet tabanlı öğrenme sürecinde değerlendirme durumlarına ilişkin olarak öğrencilerin bilgilendirilmesi, değerlendirmeye esas olacak ölçme işleminden ve ölçütlerle ilgili gerekli açıklamaların yapılması önem taşımaktadır. Değerlendirme durumu, öğrenme durumuyla ilişkili olmalı, bir başka ifadeyle değerlendirme, öngörülen hedefler ve içerikle uyumlu ve tutarlı olmalıdır. Gelişim dosyası şeklinde değerlendirme, öğrencinin gelişiminde dönük detaylı bilgi sunacaktır. İnternet, her bir öğrenci için bireysel gelişim dosyası geliştirme olanağı sunacaktır. Dijital gelişim dosyası, internet esaslı materyallerin öğrenme alanına transferini sağlayacaktır.

Bunların yanında eğitim sürecinde bilgisayarların ve internetin kullanılma gereklerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Öğrenme ve öğretme süreçlerinin bireyselleştirilmesi
- Etkili bir eğitim aracı ve modeli olarak kullanılabilmesi
- Bilginin nitelik ve niceliğinin hızla değişmesi ve gelişmesi
- Elde edilen her türlü bilginin başkalarıyla paylaşılması zorunluluğu

- Akademik çalışmalarda ihtiyaç duyulan her türlü bilgiye ekonomik ve kısa yoldan hatasız ulaşılabilme ve yeni sonuçları hatasız olarak tüm dünyaya sunabilme
- Yeni araştırmalarda en büyük veri kaynağı olarak yararlanabilme
- Ayrıca rehberlik çalışmaların da araştırmalar ve sonuçlandırılması yaygın hale gelmiş ve sanal danışma ve bilgi verici rehberlik ülkemizde de yayılmaya başlamıştır.

Sonuç olarak günümüzde çok farklı alanlardaki eğitim etkinliklerinde ihtiyaç duyulan her türlü bilgi, etkinlik, değerlendirme, yararlanma ve yararlandırma etkinlikleri gibi nedenler, artık bilgi kullanımının sınırlarının dünyamızı aştığı ya da aşmak üzere olduğu varsayımı ile uluslararası sahada güçlü olarak yaşayabilme gibi nedenlerle eğitimde internetin her safhada aktif olarak kullanılması, bunun yalnız üniversiteler gibi belirli alanlarda değil her sahada kullanmak ve yaygınlaştırmak gereklidir.

Bilgisayar destekli bireysel öğrenme süreçlerinde, (i) öğrenen bireyin sorun/problem çözme etkinliğine uygun yapılandırılmış bir sistemde uygulama yapması, (ii) öğrenen açısından sistem üzerinde çıkarsamalarda bulunmaya yatkın ortamların mevcut olması ve (iii) öğreneni merkeze yerleştirerek gerçek yaşam pratiklerinden bağımsız olmayan bir yapılanmanın sunulması önem kazanmaktadır (Fang vd., 2008:420). Bu bağlamda ülkemizde Milli Eğitim Bakanlığı, çeşitli projeler geliştirerek dönemin koşullarına uygun eğitim süreçlerinin yapılanmasını sağlamayı amaçlamıştır (TBMM, 2012:511, 517-519):

- Öğrencilerin bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmeleri için öncelikli olarak okulların bilgisayarlarla donatılması amacıyla 2005 yılında Türkiye Bilişim Sanayicileri ve İşadamları Derneği ile birlikte “Bilgisayarlı Eğitime Destek Kampanyası”nı başlatmıştır. Eğitime ilk etapta 300 bin bilgisayar bağışını hedefleyen “Bilgisayarlı Eğitime Destek” projesinde bağışlar aynı veya nakdi olabilmektedir.
- Milli Eğitim Bakanlığı’nca, Dünya Bankası’nın desteği ile 2006 yılında uygulanmaya başlayan projenin amacı, genel, mesleki ve teknik ortaöğretim sisteminin yeniden yapılandırılması, kalitesinin artırılması, programların

geliştirilmesi ve yenilenen programlara göre öğretmen eğitimi ile eğitim ortamlarının donatılmasıdır. Projenin bilgi teknolojilerine yönelik alt bileşeninin hedefi, gençliğe modern bilgi ekonomisinde çalışabilmeleri için bir temel yeterlilik olarak bilgi teknolojileri eğitimi sağlamak, bilgi teknolojileri kullanarak öğretim ortamını iyileştirmek, öğrenme imkânlarına erişimi yaygınlaştırmak ve kalıcı ve sağlıklı öğrenmeyi ve idarî süreçleri desteklemektir.

- Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı okul ve kurumların internete hızlı ve kesintisiz bir şekilde bağlanmalarını sağlamak amacıyla oluşturulmuş proje kapsamında 2008 yılı sonu itibari ile 33.018 okul ve kuruma geniş bant internet erişimi, 4.870 okul ve kuruma uydu internet erişimi olmak üzere toplamda 37.888 okul ve kuruma geniş bant internet erişimi sağlanmıştır. Buna bağlı olarak; lise ve dengi okul öğrencilerinin tamamı, ilköğretim öğrencilerinin % 94'ü olmak üzere, yaklaşık 621 bin bilgisayarın internet erişimi sağlanmıştır.
- Dünya Bağlantıları Gelişim Programı çerçevesinde, Dünya Bankası Ekonomik Gelişme Kurumu ile işbirliği ile yürütülen World Links Projesinin genel amacı; dünyanın çeşitli ülkelerindeki öğretmen ve öğrencileri internette buluşturarak, ortak öğrenme metotları geliştirmek; işbirliğine dayalı, proje tabanlı, öğrenci merkezli öğrenme faaliyetlerini gerçekleştirmektir. Gelişim İçin Dünya Bağlantıları Programı çerçevesinde yürütülen bu proje, öğretme ve öğrenme işlemlerini geliştirmek için iletişim ve bilgi teknolojisini kullanan pedagojik bir yenilik programıdır. Bu program aracılığıyla öğretmen ve öğrencilere; projeye dayalı öğrenme, interneti ve Dünya Bilgisayar Ağını kullanarak işbirliği halinde öğrenme, diğer okullarla birlikte ortak internet projeleri gerçekleştirme metotları öğretilmektedir.
- Milli Eğitim Bakanlığı ile Intel işbirliğiyle hazırlanan “Gelecek İçin Eğitim” programı, bilgisayar teknolojilerinin eğitim alanında nasıl daha verimli bir şekilde kullanılması gerektiği konusunda öğretmenlere yardımcı olmayı amaçlamıştır. Programın çok önemli bir diğer amacı ise, öğretmenlere teknoloji destekli ünite plânları yapma olanağı vererek, bu sayede

öğrencilerin yüksek seviye düşünme ve problem çözme yetkinliklerini geliştirmektir. Dünyanın çeşitli ülkelerinde de uygulanan Gelecek İçin Eğitim Programları genel olarak, ilk ve ortaöğretimde fen ve matematik alanlarında öğrencilerin yetkinliklerinin artırılması, okullarda bilgisayar teknolojilerinin kullanımının artırılması, teknolojiyi kullanma oranının artırılması, özellikle kadınların ve maddî imkânı olmayanların teknoloji odaklı kariyer edinmelerinin sağlanmasını amaçlamaktadır. Eğitimde İşbirliği programının amacı, öğrenci ve öğretmenlerin eğitimde bilgisayar teknolojilerini etkin olarak kullanmalarına ve öğrencilerin eğitim ve öğrenimde gerçek potansiyellerini ortaya koymalarına yardımcı olmaktır.

- Microsoft işbirliği ile öğretmenlere eğitim hizmetleri, bilgiye erişim portalı altyapısı, eğitim karar destek sistemi, Microsoft IT Akademi ve okullara bilgisayar başı seferberliği gibi bir dizi projenin hayata geçirilmesi öngörülmüştür. Bu kapsamda öncelikle öğretmenlerin uzaktan eğitimine ağırlık verilmiştir. Milli Eğitim Bakanlığı'nca CISCO firması ile işbirliği sağlanarak, teknik liselere yerel akademiler kurularak verilecek olan eğitim sonunda öğrencilerin bilgisayar ağı uzmanı olmaları ve bilgi ve iletişim teknolojileri alanında geçerli bir sertifika ile mezun olmaları amaçlanmıştır. Bu amaçla kurulan 82 yerel eğitim merkezinde, 2006 yılından bu yana 1.490 öğretmen, 1.452 öğrencinin eğitim alması sağlanmıştır.
- Milli Eğitim Bakanlığı tarafından, formatör öğretmenlerin bilgisayarların eğitim ortamlarında kullanımı konusunda sahip oldukları bilgi ve becerilerinin yenilenmesi amacıyla 2007 yılında öğretmenlere yönelik olarak “Bilişim Teknolojileri Formatör Öğretmen Eğitimi Programı” düzenlemiştir. Bilişim Teknolojileri Formatör Öğretmen Eğitimi Programı ile temel bilgisayar okur-yazarlık bilgi ve becerisine sahip, elektronik ortamda ders programlarına sahip, öğrencilerin bireysel özelliklerine uygun etkinlikler oluşturabilen, oluşturduğu etkinlikleri öğrencileri ile eğitim ortamında uygulayabilen ve internet üzerinden meslektaşları ile paylaşmayı ilke edinmiş öğretmenlere rehberlik edebilecek bilişim teknolojileri formatör öğretmenleri yetiştirilmeye başlanmıştır. Ayrıca, hazırlanan eğitim

programı aracılığı ile öğretmenlerin bilişim teknolojisi araçlarına yönelik olumlu tutum geliştirmeleri de hedeflenmiştir.

## 2.4. EĞİTİM SÜRECİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI

Günümüzde, birçok sosyal ağ sitesi ortaya çıkmış ve insanların iletişimini, etkileşimini, işbirliğini, çalışmasını ve hatta öğrenme sürecini bile yeniden şekillendirmiştir. İnternetin etkileşimli iletişim ve öğrenmeye olanak tanımasının yanında kültürel, ekonomik ve sosyal alanlarda da bir bilgi deposu olduğu yadsınamaz bir gerçektir (İşman, Gümüş ve Dabaj, 2004:1039). Bu konuda, günümüz topluluklarında sosyal ağ ve yazılımların, insanların iletişim kurma biçimini ve bilgi paylaşımını da değiştirdiği söylenebilir. Bu konuyla ilgili olarak, kullanıcıların sosyal ağlarda harcadıkları zaman, sosyal ağların ortaya çıktığından bugüne iki veya üç kat daha fazla artmış bulunmaktadır. Tüm yaş grubundan birçok insan sosyal ağlara farklı amaçlar doğrultusunda katılmakta ve çevrimiçi sosyal ağlara katılan kullanıcı sayıları her geçen gün artmaktadır. Sosyal ağların bu hızlı gelişimi, özel yaşantının farklı bireylerle paylaşılması açısından oldukça dikkat çekicidir. Ayrıca, sosyal ağ siteleri, günlük olay ve haberlerin paylaşımı için de önemli araçlar olarak bilinmektedir.

Çevrimiçi sosyal ağ, “sosyal teknolojiler sayesinde bir grup insan tarafından kullanılan etkinlikler bütünü” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu konuda, sosyal yazılım teknoloji veya bilgisayar sistemleri ile ilgili değildir. Öğrencilerin veya öğretmenlerin öğrendiklerini ve öğretim deneyimlerini yansıtmalarına olanak sağlayan bir araçtır.

“Wilson ve Marsh II (1995) internet kullanımının öğrencilere kazandıracağı iki önemli olgudan bahsederler. Öncelikle, öğrencilerin interneti iletişim, araştırma yapma, bilgiye ulaşma ve paylaşma ortamı olarak kullanabilecekleri bir araç olarak tanımlarlar. Yazarlar, bu becerileri etkin kullanan bireylerin veya bu becerileri kullanma yönünde motive edilen bireylerin kendilerini mezuniyet sonrası bilgi-merkezli teknolojik bir ortama daha avantajlı hazırlayacaklarını savunurlar. Bu durumda internet öğrencilere, birer öğrenci birey olarak yapıcı bir rol yükler ve her öğrenci birer araştırmacı, iletişimci ve beraber çalışmaya istekli bireyler olarak, kendi bilgi kümelerini kendileri oluştururlar. Diğer önemli olgu ise, internete erişimin, sınıf duvarlarının da içinde bulunduğu

tüm sınırları kaldırmasıdır. Bu durumda internet, öğrencilerin kendi kendileri ile uğraşmalarını ve kendilerini terk edilmiş hissetmelerini önleyecektir. Böylece öğrencilerin iletişim yönünde özgüven sağlayacakları düşünülmektedir” (aktaran İşman, Gümüş ve Dabaj, 2004:1041).

Genel anlamda bakıldığında sosyal ağ siteleri, sınırları belli bir sistem içerisinde kullanıcı bilgilerinin diğer kullanıcılara açık veya kısmen açık olduğu, sistem içerisinde bağlantılı bulunan kullanıcıların listelendiği ve bunlar arasında paylaşımın olduğu web tabanlı hizmetlerdir. Sosyal yazılımlarda anahtar kelime “sosyal içerik”tir. Sosyal içerik olarak resimler, ses dosyaları, web adresleri, video klipler, sunular, etkinlik duyuruları veya diğer medya türleri örnek verilebilir. Bu gibi sosyal nesneler, sosyal ağların sunduğu olanaklar doğrultusunda kullanılabilir, paylaşılabilir veya üretilebilir. Yeni teknolojilerin gelişimi ile birlikte, paylaşım için yeni uygulamalar (Flickr, YouTube, Slideshare vb.), içerik üretimi, iletişim ve işbirliği için yeni hizmetler (blog, wiki, twitter vb.)ve insanları birbirine bağlayan, farklı araştırma topluluklarını destekleyen uygulamalar (Facebook, Elgg, Ning vb.) ortaya çıkmıştır.

Sosyal ağ ortamları kişisel ifadeler, ilgi duyulan toplulukları oluşturma, işbirliği ve paylaşım için yeni olanaklar sağlamaktadır. Sosyal ağların öğrenme ve öğretim deneyimlerini zenginleştirmek için yükseköğretimdeki öğrenciler, akademisyenler ve kurumlar açısından faydaları bulunmaktadır. Araştırmacılara göre, sosyal ağlar iletişim becerilerini geliştirir, katılımı ve sosyal bağlılığı genişletir, akran desteğini güçlendirir ve işbirliğine dayalı öğrenmenin gerçekleşmesini sağlar. Ayrıca sosyal ağ siteleri, üniversitelerin fazla desteği olmadan kolay ve ucuz bir şekilde kullanılabilen, öğrenciler için eğitim süreçlerine kolaylıkla entegre edilebilmekte ve bu türdeki kullanımlar hızla yaygınlaşmaktadır. Böylece öğrenciler üniversiteden mezun olduklarında kendi öğrenme süreçlerine web üzerinden tekrar ulaşma ve çalışmalarını inceleme olanaklarına sahip olabilmekte ve kendi öğrenme geçmişlerine ulaşabilmektedirler.

Bilişim teknolojisi günümüzde, bilgi üretmek, yaymak ve yararlanmak açısından en önemli teknolojidir. Bilişim teknolojilerinin sinerjik yapısı, eğitim süreçlerinde kullanımını olanaklı kılmaktadır. Bireyin kendine has ihtiyaçlarının gerektirdiği bilgiye erişim anlamında bilişim teknolojileri önem kazanmaktadır (Erdoğan, 2004:1110).

Sosyal ağlar akademisyenler için de bu bağlamda birçok yarar sağlamaktadır. Sosyal ağ siteleri, esnek ve kullanıcı dostu olması sebebi ile diğer öğretim yönetim sistemlerine göre daha kolay kullanılabilir. Birçok öğrencinin ve araştırmacının çok daha basit adımları takip ederek bir topluluğu oluşturması, kendi aralarında paylaşımların gerçekleşmesi, iletişim ve dönüt açısından oldukça kolaylıklar sağlamaktadır. Sosyal ağ siteleri aynı zamanda, harmanlanmış öğretim deneyimlerini zenginleştirilmesi, öğrencilerin öğrenme sürecini desteklemesi, öğretmenin öğretim ve değerlendirme sürecine destek olması gibi özelliklerden dolayı kurumlar açısından da yararlıdır. Çağdaş teknoloji ve endüstrinin bugünkü düzeyine ulaşmaya değin göstermiş olduğu gelişim, doğrudan teknoloji eğitiminin gelişimi üzerinde etkili olmuştur. Öğrenen ve öğretici düzeyinde olmanın yanı sıra kurumsal yapılar üzerinde de değişimlere yol açmıştır (Güçlü Yavuzcan ve Erden, 2004:1222-1223).

Etkileşimin arttığı sosyal ağlar üzerinden eğitim süreçleri gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Kullanıcı dostu arayüzler ve gizlilik özellikleri, sosyal ağların kullanıcıların bilgisayar okuryazarı olsun ya da olmasın birçok kullanıcıya hitap etmesini sağlamaktadır. Günümüzde milyonlarca kullanıcı gerçek kimlikleri ile sosyal ağlar üzerinde çevrimiçi olarak yer almaktadır. Basit bir biçimde Facebook ortamında kişisel sayfaların güncellenmesi veya bir “tweet” bilgisinin gönderilmesi ile kullanıcılar kendi kişisel ağlarını ağdaki arkadaşları ile paylaşabilir, kendi ilgi alanlarının görülmesini sağlayabilir, kendi hayatlarında nelerin olup bittiğini paylaşabilir ve güncel olayları belirtebilirler. Ayrıca, birkaç fare tıklaması ile birbirlerine video, resim veya istedikleri diğer içerikleri gönderebilirler.

**Sosyal Yazılımlar:** Sosyal yazılımlar genelde Web 2.0 ile benzer anlamda kullanılmakta; kullanıcılar arasında iletişimi ve işbirliğini destekleyen ve kolaylaştıran yapılar olarak geliştirilmektedir. Sosyal yazılımlar metin, ses ve görsel içerik gibi çoklu ortam ürünlerinin paylaşımı için kullanılan wiki, blog ve sosyal ağ gibi uygulamalar olarak bilinmektedir. Sosyal ağ siteleri, kullanıcılar arasındaki ilişkiye özel önem veren sosyal yazılımların bir alt grubu olarak da değerlendirilebilir. Çeşitli kaynaklara göre, Facebook gibi sosyal ağlar gün geçtikçe dünyanın çeşitli ülkelerinde oldukça fazla dikkat çekmektedir. Sosyal ağlar, ülkeden ülkeye farklılık gösterebilir, ancak dünya üzerinde büyüme hızı benzer durumdadır. Ayrıca Twitter, diğer web sitelerinin trafiği için önemli bir kaynak haline gelirken, bu trafiğin yarısı sosyal ağlar, blog, haber ve diğer eğlence siteleri gibi çevrimiçi medya sitelerine yönelmektedir.

Amerika’da, 2009 yılında Facebook kullanıcı sayısı 42 milyondan 103 milyona çıkmıştır. Büyüme oranı %145’tir (istrategylabs, 2010). Uluslararası büyüme oranları incelendiğinde ilk sırayı 111.212.840 kullanıcı ile Amerika, ikinci sırada İngiltere, üçüncü sırada Endonezya ve dördüncü sırada 18.679.460 kullanıcı ile Türkiye yer almaktadır.

**Tablo 2.2.Ülkelere Göre Facebook Kullanıcıları**

| Sıra  | Ülke      | Kullanıcı Sayısı 2009 | Kullanıcı Sayısı 2010 | 12 aylık büyüme % | 24 aylık büyüme % |
|-------|-----------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-------------------|
| 1     | Amerika   | 69,378,980            | 125,881,220           | % 81.4            | % 352.6           |
| 2     | İngiltere | 18,711,160            | 26,543,600            | % 41.9            | % 137.6           |
| 3     | Endonezya | 6,496,960             | 25,912,960            | % 298.9           | % 12253.6         |
| 4     | Türkiye   | 12,382,320            | 22,552,540            | % 82.1            | % 550.9           |
| 5     | Fransa    | 10,781,480            | 18,942,220            | % 75.7            | % 669.7           |
| 6     | İtalya    | 10,218,400            | 16,647,260            | % 62.9            | % 3289.8          |
| 7     | Kanada    | 11,961,020            | 15,497,900            | % 29.6            | % 61.1            |
| ..... | .....     |                       |                       |                   |                   |
| 14    | Almanya   | 3,136,680             | 9,949,760             | % 217.2           | % 1509.8          |

Kaynak: nickburcher, 2013.

Facebook istatistikleri 2012 yılı itibariyle değişim göstermiştir. Kullanıcı sayısı itibariyle dünya’da ilk beş sırada ABD (155.701.780), Hindistan (43.497.980), Endonezya (43.060.360), Brezilya (37.904.540) ve Meksika (32.031.340) gelmektedir. Avrupa’da ilk beş sırada ise Türkiye (31.247.120), Birleşik Krallık (30.249.340), Fransa (23.599.740), Almanya (22.600.660) ve İtalya (21.297.400) yer almaktadır (sabah, 2012). 2014 yılı itibariyle dünyada aylık aktif Facebook kullanıcı sayısı 1,310,000,000 olmuştur. Mobil Facebook kullanıcı sayısı 680,000,000 rakamına ulaşırken; 2012’den 2013’e geçerken kullanıcı sayısındaki artış % 22 olmuştur (statisticbrain, 2014).

Sosyal ağ kullanımında (toplam 19 farklı sosyal ağ sitesini -ki bunlar Facebook, LinkedIn, MySpace, Twitter, Slashdot, Reddit, Digg, Delicious, StumbleUpon, FriendFeed, Last.fm, Friendster, LiveJournal, Hi5, Tagged, Ning, Xanga, Classmates.com, Bebo) yaş istatistikleri incelendiğinde, kullanıcıların %15’inin 0-17 yaş arasında, %9’unun 18-24 yaş arasında, %18’inin ise 25-34 yaş arasında olduğu görülmektedir. Bu bilgilere göre kullanıcıların yarısının genç yaştaki kullanıcılardan oluştuğu söylenebilir (royal, 2014). Türkiye’de ise Facebook kullanıcılarının %10’u 13-15 yaş, %9’u 16-17

yaş, %34'ü 18-24 yaş, %30'u 25-34 yaş, %11 35-44 yaş, %4'ü 45-54 yaş, %1'i, 55-64 yaş ve %1'i 65 ve üstü yaş aralığındadır(facebakers, 2014).

TÜİK 2013 verilerine göre Türkiye'de 36.455.000 kişi, internet hizmetinden yararlanmaktadır. Türkiye'de Twitter kullanıcı sayısı 11.337.505 kişi, Facebook kullanıcı sayısı 32 milyon kişi, Youtube kullanıcı sayısı 20 milyon kişidir (alternatifbilisim, 2014).

Facebook kullanıcılarının oluşturduğu ağlarda farklı izin seviyelerinde özel veya herkese açık yazılarla kullanıcıların birbiri ile bağlanmasını, gruplara katılmasını ve diğerleri ile kaynakların paylaşılmasını sağlayan çevrimiçi sosyal ağ yazılımıdır. Diğer çevrimiçi sosyal ağ sitelerine (Friendster, MySpace gibi) benzer bir biçimde, kullanıcılar kendilerini çevrimiçi bir profilde tanıtır, arkadaş edinir, diğerlerinin profillerine veya sosyal içeriğe bilgi veya yorum yazabilirler.350 milyondan fazla kullanıcısı olan Facebook (Facebook.com, 2014) dünyanın en büyük sosyal ağı olmasına rağmen, birçok kullanıcısı olan ve büyüyen sosyal ağlar da bulunmaktadır. MySpace özellikle müzik ve eğlenceye, Flickr, resim ve video paylaşımına, Twitter, 140 karakterlik mesaj yazmaya ve Ning insanların ilgilerini keşfetmesine ve açıklamasına odaklanmıştır.

Facebook grubu ödevlerin tartışıldığı, soruların sorulduğu, görüşlerin eleştirildiği, bilgilerin gönderildiği ve görüşlerin desteklendiği bir platform olarak işlev görebilmektedir. Ayrıca, araştırmacı, öğrencilerin okumasını desteklemek için kitap kulüplerinin kurulması, kitap tartışmalarının yapılması ve okumaların paylaşılması için sosyal ağların kullanımı çeşitli platformlarda önerilmektedir. Öğrencilerin Facebook ortamını okul temelli kitapları alıp vermek, kulüpler, grup ödevleri, uygulamalar ve dersler için kullanması da mümkündür. Öğrenciler diğer öğretmenleri kendilerine arkadaş olarak ekleyebilir, çalışma konularına ait gruplar oluşturarak veri toplayabilir ve tartışma başlatabilirler. Ayrıca araştırmacı tarih, edebiyat derslerinde, kültürel rehberlerin hazırlanmasında ve programlama uygulamalarında da bu sosyal ağı kullanabilir. Benzer şekilde öğrenciler için konulara uygun resimler, mesajlar, derslere ait ödevler, olayların ve uygulamaların Facebook sosyal ağında eğitim amaçlı kullanılması mümkündür. Ayrıca, öğretmenler Facebook ortamında web sitelerine ait adresleri ve videoları gönderebilir, google belgeleri ile bağlantı oluşturarak öğrencilerin

sunularını, ödevlerini ve diğer ürünleri paylaşılabilirler. Facebook sosyal ağı aynı zamanda üniversite hayatına öğrencilerin yerleşmesinde “sosyal birleştirici” olarak rol oynayabilmektedir. İşbirlikli öğrenme, araştırma, sorgulama, tartışma becerileri, eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerini desteklemek için Facebook etkili bir şekilde materyalleri (video dosyaları, ses dosyaları, resimler, kelime işlemci, tablolar, sunu, veritabanı ve diğer türdeki belgeleri içeren web siteleri) paylaşmak, gündelik olayları, haberleri, kişileri veya grupları takip etmek, tartışma ortamlarına dahil olmak için kullanılabilir.

2006 yılında, bloglama yapmanın yeni bir biçimi olan mikrobloglama, Twitter iletişime yeni ve basit bir form geliştirerek ortaya çıkmıştır. Bu ortamda her bir iletişim metni en fazla 140 karakterden oluşabilmektedir. Bu sosyal ağ mobil uygulamalar için önemli bir özellik olmasına rağmen, mikrobloglar web arayüzleri ve mobil telefonlardaki uygulamalar yardımı ile de oluşturulabilir. Mikrobloglama, insanların günlük etkinlikleri hakkında konuşmak, bilgi aramak veya paylaşmak için kullanılmaktadır. Mikroblog aracı olan Twitter, çevrimiçi öğrenme süreçlerinde ve geleneksel çevrimiçi sınıf ortamlarında mobil teknolojiler ile kullanılabilir. Twitter ortamında eğitim süreçlerinde, ders içeriği veya tarihleri ile ilgili değişikliği bildirme, bir makalenin veya bölümün özetini paylaşma, web adreslerini yayınlama, belirlenen bir kişiyi takip ederek olayları izleme ve rapor hazırlama, tarihten ünlü bir kişinin belirlenip onun adına bir hesap açılıp bu hesabın yönetilmesi, tüm takip edenlerin tartışmalarını tutma, hikâye oluşturma gibi farklı işbirlikli etkinlikleri düzenleme, dil öğrenimi ve çeviri becerilerini geliştirme, diğer sosyal ağlar ile bağlantı kurma ve son olarak öğrencilerin takipçilerini genişleterek onlarla periyodik tartışmalar gerçekleştirme amacıyla bilgi paylaşımında kullanılabilir (steve-wheeler, 2013).

Eğitim ortamı olarak Twitter kullanımına rastlanmaktadır. 140 karakter dahilinde Twitter ortamı, kitap önerilerini paylaşmak, güncel çalışma konularında sorular yöneltmek, alandaki önemli kişileri ve uzmanları takip etmek, CNN kanalındaki güncel olayları izlemek, diğer haber alanlarını takip etmek ve diğer sınıflarla Twitter üzerinden tartışmak amacı ile kullanılabilir. Eğitim ortamlarında Twitter etkili bir şekilde güncel olayları, haberleri öğrenmek, web site adreslerini paylaşmak, düşünceleri paylaşmak, bir olay veya kişiyi takip etmek, dil öğrenmek, diğerleri ile tartışmak ve işbirliği sağlamak amacıyla eğitim süreçlerinde kullanılabilir.

Flickr, sadece dijital fotoğraf paylaşım aracı değil aynı zamanda çevrimiçi fotoğraf yönetim ve 8 milyon kullanıcı ile paylaşım aracıdır. Flickr sosyal ağına mobil araçlar ile fotoğraf yüklenebilir ve eğer paylaşım seçenekleri açık olursa bu fotoğraflar otomatik olarak gönderilebilir veya birkaç fare tıklaması ile Twitter, Facebook, Blogger ve diğer sosyal ağlara gönderilebilir. Flickr sitesine fotoğraf yükleyerek, kullanıcılar resimler üzerinde ortak kullanım lisansı oluşturabilir veya “Tüm hakları saklıdır” biçimde etiketlendirebilir. Lisanslama seçeneği Creative Commons2.0 ve içerik kontrol lisansını içermektedir. Flickr kullanıcıları birçok fotoğrafa bu lisans seçenekleri altında erişebilir ve kullanabilir. Flickr kullanarak etiketleri, açıklamaları değiştirmek, gruplama yapmak, dünya haritası üzerine resimleri yerleştirmek ve fotoğrafları çevrimiçi fotoğraf düzenleme araçları ile düzenlemek olanaklıdır. Flickr içerisindeki gruplar yardımı ile Flickr uygulaması yaratıcı bir biçimde öğrenme aracı olarak etkili bir şekilde kullanılabilir. Eğitim ortamlarında Flickr öğrenciler ve öğretmenler için çeşitli biçimde kullanılabilir. Flickr kullanıcıları uçsuz bucaksız bir şekilde büyüyen fotoğraf arşivinde arama yapabilir, etiketleri veya anahtar kelimeleri kullanabilir. Flickr dijital okuryazarlık, görsel sanatlar ve dil becerileri gibi birçok becerinin kazandırılmasında yardımcı olmaktadır. Sanal müze turunun oluşturulması, kelimelerin öğretilmesi, dijital fotoğraf makinesinin kullanımının öğretilmesi, dijital öykü oluşturma ve boyamalar ile ilgili beyin fırtınasının yapılması, örnek sınıf içi veya dışı etkinliklerden bazılarıdır. Flickr ortamına aktarılan fotoğraflar çevrimiçi düzenlenebilir, paylaşılabilir veya slayt gösterisi oluşturmak için bir araya getirilebilir. Animoto, BigHugeLabs ve PhotoPeach programlar sayesinde video görüntüleri oluşturulabilir.

Flickr ortamındaki etiketleme özelliği sayesinde, “Google Earth” ile bu uygulama kullanılabilir. Ayrıca, görsel tartışmaların oluşturulması, bir şiirin görselleştirilmesi, okuldaki olayların görselleştirilmesi ve e-portfolyoları oluşturulması amacı ile de kullanılabilir. Flickr etkili bir şekilde görsel sunuların, koleksiyonların ve videoların hazırlanmasında, tüm konu alanlarında tartışma, beyin fırtınası amaçlı olan tüm etkinliklerde, öğrenme için görsellerin oluşturulmasında, öğrenme ve değerlendirme amaçlı e-portfolyo oluşturulmasında etkili bir biçimde kullanılabilir.

Bu kadar ilgi çeken sosyal ağlar günümüz toplumunu etkilemekte ve bazı alışkanlıklarını değiştirmektedir ve değiştirmeye de devam edecektir. Birçok alanın yanı sıra, sosyal ağ teknolojileri eğitim için de birçok olanağı içerisinde barındırmaktadır.

Sosyal ağların birçok özelliği ve olanaklarının olması öğretmenlerin eğitim öğretim süreçlerini aktif, yaratıcı, işbirlikli öğrenme ile desteklemelerine, öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci etkileşimi artırmada, öğrencilerin araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanmaları ve geliştirmeleri konusunda destek olmaktadır.

Sosyal ağların mevcut öğrenme ve içerik yönetim sistemlerinde (ÖİYS) yapısal değişikliklere neden olması dikkat çekicidir. Özellikle ÖİYS'lerin sosyal ağları kendi sistemlerine entegre etmeleri mi, yoksa mevcut sosyal ağların içine kendilerinin entegre olmaları mı sorusuna cevap aranmaktadır. Bu bağlamda yapılacak araştırma ve çalışmalar ÖİYS'lerin geleceği hakkında belirleyici rol üstlenecektir.

Son olarak, bu gibi uygulamalar sayesinde insanlar arasındaki küresel bağlantıda yeni bir dönem başlamıştır. Bu sosyal ağların kullanımları ve dijital okuryazarlık sayesinde düşünceler ve yenilikler, dünya üzerinde eskiden olmadığı kadar hızlı bir biçimde yayılmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ERZURUM İLİ ÖRNEĞİNDE İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA FARKINDALIĞI ÜZERİNE ALAN ARAŞTIRMASI

#### 3.1. ARAŞTIRMA SORULARI: GEREKÇE VE SUNUM

İçinde bulunduğumuz yeni binyılda teknoloji ile toplum arasındaki ilişkiye dair sosyolojik araştırmalar, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal yapılar ve yaşantılar üzerindeki etkisine yoğunlaşmaktadır. İnternet sadece teknik boyutlarıyla, sağladığı etkileşimli ve anlık iletişim olanakları açısından değil, aynı zamanda kullanıcıların içerik üretimi ve mevcut içeriğe dönük ilgi ve tepkileri açısından da incelenmeye değerdir. İnternetle birlikte enformasyona ulaşma ve enformasyon yayma biçimleri dönüşüme uğramıştır. Bununla beraber enformasyon bolluğu da enformasyon edinme kolaylığı anlamına gelmemektedir. Bu bağlamda enformasyonun içeriği ve güvenilirliği öne çıkan temel konulardır. Aynı zamanda internette erişilen parçalı bilgiler arasında bağlar veya ilişkiler kurabilmek, temel bilgi düzeyine sahip olmayı beraberinde getirmektedir.

Diğer bir taraftan sosyal medyanın gelişimi iletişim süreçlerini dönüştürürken, kullanıcılar arasında görüş alışverişinin yoğunluğunu artırmıştır. Ağların, etkileşim, iletişim ve sosyal örgütlenme açısından değerlendirilmesi bu noktada önem kazanmaktadır. Nihayetinde yaşanan dijital devrimin temel bir özelliği, kullanıcılara kültürel üretimin aktif kullanıcıları olma imkanını vermesidir. Bu bağlamda enformasyona erişim ve paylaşımcı bir biçimle bunu bilgiye dönüştürme yollarının gelişiminin incelenmesi, gerek resmi gerek gayri resmi eğitimde, süregiden öğrenme becerilerinin yeni nesillere aktarımı açısından önem taşımaktadır (Pischedola, 2014:325).

Eğitim toplumsal boyutlarda değerlendirildiğinde öğrenen-öğreten-okul bileşeninin dışındaki faktörlerin de sürece dahil olduğu görülmektedir: Aileler, kurumlar ve hükümet politikaları. İçinde bulunduğumuz yüzyılda yeni teknolojiler de eğitim süreçlerinde bu faktörler kadar etkili olmaya başlamıştır. Dönüşen iletişimsel eko-sistem “sosyal medya”nın insan yaşamındaki konumunu öne çıkarmaktadır. Birey-teknoloji-sosyal ilişki ağı bu bağlamda belirleyici olmaktadır. İlk dönüşüm, “sosyal temas” çerçevesinde yaşanmış, bunu, “kendini başkaların sunma” biçimleri izlemiş, ardından “arkadaşlık türleri” gelmiş ve son olarak da “günlük yaşamdaki dönüşümler”

belirginlik kazanmıştır. Yeni teknolojiler ve bu teknolojilerin desteğinde oluşan sosyal medya ile birlikte eğitim, öğrenciler, ebeveynler, kurumlar ve öğretmenler de değişmiş bulunuyor (Duek ve Tourn, 2014:340-341). Öyle ki, teknoloji ve sosyal medya bireylerin sadece boş zamanlarında başvuracakları bir araç olmanın ötesine geçmiş, eğitim süreçleri ve politikalarını da farklı yönere çekmiştir. İletişim ve eğitim birbirinden ayrı düşünülemez. Bu çerçevede teknolojik gelişmelerle çeşitlenen ve farklılaşan eğitim yollarına maruz kalan öğrencilerin, teknolojiyi kullanırken elde ettikleri enformasyon ve bilgiyi analitik bir bakış açısı ile değerlendirmeyi öğrenmeleri temel politika olmalıdır. Bu durumda eğitimin çeşitli ve farklı bağlamlarda bireyin tüm yaşamı boyunca gerçekleştiği akıldan çıkarılmaması gereken bir konudur.

Yukarıda sıralanan bütün bu gerekçeler ışığında, tez çalışması kapsamında iki araştırma sorusu geliştirilmiştir. Yapılan alan araştırması kapsamında *“İlkokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının ve farkındalıklarının yaşa göre ne düzeyde farklılaştığı”* ve *“İlkokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının ve farkındalıklarının yaşanan bölgeye (kır/kent) göre ne düzeyde farklılaştığı”* sorularına yanıt aranmaktadır.

### 3.2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ: KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

İletişim teknolojileri, birbirini etkileyen bilimsel buluşların bir sonucu olarak günümüzdeki boyutlara ulaşmıştır. Teknolojik gelişmeler ve buluşlar sadece bilimsel ilerlemelere katkı sağlamakla kalmamış; aynı zamanda toplumsal yaşamı da doğrudan etkilemiştir. İş yapış pratikleri dönüşürken, aynı zamanda bireyin yaşamını değerlendirme etkinlikleri de farklılaşmış, çeşitlenmiş ve yön değiştirmiştir. Eğitim süreçlerini de etkileyen bu süreç içerisinde çeşitli tartışma ve yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Eğitim de bir dönüşüm veya yeniden onaylama bakımından bireyin günlük pratiklerini biçimlendirebilecek yeni içerik kazanmaktadır (Duek ve Tourn, 2014:343).

“Resmi eğitim dijital medyanın öğrenciler, profesörler ve ebeveynler için taşıdığı önemi kabul edip bundan yararlanmakta çekimser kalsa bile, bu yeni platformlar akranlar ve yetişkinler arasındaki ilişkilerde ve sosyalleşmede her gün işlev görmektedirler. Yeni teknolojilerin, aygıtların ve ortamların gizli bir müfredat meydana getirdiğini söyleyebiliriz. Ve gizli müfredatın getirdiği en büyük sorun,

onu resmen ‘göremesek’ de, bu yeni senaryolar içinde iletişim ile eğitimi sürekli değiştiriyor oluşudur” (Duek ve Tourn, 2014:356).

Geleneksel medya ile birlikte dijital teknolojilerin hakim olduğu yeni medya, yeni kimlikleri ve ilişkileri biçimlendirmektedir. Çocuklar için bu dönüşümün ikili etkisi bulunmaktadır: Günlük yaşamlarındaki etkisi ve toplumsal özne haline gelme yolları üzerindeki ve öğretmenlerle yetişkinler esaslı ilişkileri üzerindeki etkisi. Sosyal medyanın öğrencilere yönelik temel faydaları, akranlar arası diyalog yoluyla etkileşimli katılımı teşvik etmesi, içerik yaratımıyla kaynak paylaşımını geliştirmesi ve anlık iletişim ile işbirliği için sanal bir ortam sunmasıdır (Cuevas ve Kohle, 2014:358). Bu bağlamda öğrenci ile öğretmen arasındaki geleneksel ilişki dönüşmektedir. Aynı zamanda sosyal medya kullanımı, kişisel öğrenim ortamlarındaki gelişme içinde öz yönlendirmeli ya da kendi kendine öğrenmenin resmi ve gayri resmi boyutlarını birleştirici rol oynamaktadır. “Öğrenciler her gün karşı karşıya geldikleri bilgi seliyle baş etmek için, sosyal ve dijital medyadan yararlanmaktadırlar... Sonuçta bilgi artık derinlemesine bir biçimde işlenmemektedir, aksine yüzeysel bir biçimde özümsemektedir” (Kohle, 2014:382).

“Erzurum İli Örneğinde İlkokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Farkındalığı Üzerine Bir İnceleme” başlıklı bu tez çalışması, izleyicilerin kitle iletişim araçlarını kişisel kullanımlarını temel alarak ne düşündükleri, duyumsadıkları ve takdir ettikleri konularına odaklanan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ele alınmaktadır. Kullanımlar ve Doyumlar araştırmaları, 1940’larda Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu’nun New York’da yaptığı çalışmalar kapsamında ‘klasik’<sup>11</sup> ve daha sonraki çalışmalar çerçevesinde ‘modern’ dönem olarak aşamalandırılmaktadır. Modern dönemle birlikte etki araştırmalarından uzaklaşmış; 1960’larda ve 1970’lerin başında izleyicinin kitle iletişim araçlarına yönelik kendi tercih ve tepkileri incelenmiştir. “Kitle iletişim kullanımı” ve buna bağlı olarak elde edilen doyumlar çerçevesinde yürütülen çalışmalar, (i) kitle iletişim araçlarını farklı izleme kalıplarına (veya diğer faaliyetlerle meşgul olmaya), (ii) yol açan kitle iletişim araçlarından veya diğer kaynaklardan beklentileri; (iii) oluşturan gereksinimlerin; (iv)

<sup>11</sup> Soap opera ve yarışma programlarını dinleyen izleyicilerden yola çıkılarak dürtü tipolojisi geliştirilmiştir. Berelson’un (1949) New York’lu gazete okuyucularının bir gazete grevi sürecinde neyin özlemini çektiklerine ilişkin çalışması bu dönemin temsilcisidir. Klapper (1960) tarafından kitle iletişim araçları içeriğinin ‘kaçış aracı’ olarak cazibesi olabileceğini ileri süren ‘işlevsel yönelim’i geliştirmiştir. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının basit işlevleri, rahatlama sağlama, hayal gücünü harekete geçirme, başkası adına yapılan etkileşime olanak sağlama, toplumsal ilişki için ortak zemin sağlama şeklinde sıralanabilir (McQuail ve Windahl, 1997:154).

toplumsal ve psikolojik kaynakları vardır. (v) Bunlar, gereksinim duyulan doyumlar (6) ve diğer sonuçlarla, belki en çok da amaçlanmayan sonuçlarla sonuçlanır (McQuail ve Windahl, 1997:155).

Kullanımlar ve Doyumlar Modeli, izleyicinin ‘aktif’ olduğu ve kitle iletişim araçlarıyla daha önceki deneyime dayanarak motive edilmiş seçimler yaptığına ilişkin birtakım sayıtlıları içerir. Çalışma kapsamında ilkokul öğrencilerine yönelik yapılan alan araştırması da bu modele dayandırılarak tasarlanmıştır. Öğrencilerin kitle iletişim araçlarını kullanırken bireysel beklentilerini karşıladıkları yani kullanımları karşısında belirli düzeylerde doyum elde ettikleri temel sayıtlısı öne çıkmaktadır.

Tez çalışması amaca yönelik olarak hazırlanmış bir araştırma dizaynı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında bir iletişim teknolojisi olarak internet ve internet ortamında gelişerek toplumsal yaygınlık kazanan sosyal medyanın, bireylerin günlük yaşam pratiklerinde ve eğitim süreçlerinde ortaya çıkardığı dönüşümlerin ilkokul öğrencileri üzerinden incelenmesi hedeflenmiştir. Bu hedef, internet -özellikle tez çalışması kapsamında sosyal medya- kullanımının kişilerarası ilişkiler, sunulan içeriğe yönelik tepkiler ve bu içeriğin kullanım biçimleri gibi olguların incelenmesini gerektirmektedir.

Tez çalışması kapsamında araştırma sorularının belirlenmesini takiben, niceliksel tanımlayıcı-betimleyici incelemeye (*descriptive research*) uygun bir dizayn hazırlanmıştır. Bu bağlamda, ilkokul öğrencilerinin sosyal medya farkındalığını ortaya koymak amacıyla alan araştırması dizayn edilmiştir. Alan araştırması kapsamında hazırlanan anket soruları EK-1’den takip edilebilir. Hazırlanan sorular açık uçlu ve kapalı uçlu olarak ölçeklendirilmiş olup; anket çalışmasından amaçlanan, araştırma grubunun (tez kapsamında ilkokul öğrencilerinin) (i) teknolojik araçlara (televizyon, cep telefonu ve bilgisayar) sahiplik düzeyi, (ii) bu araçları kullanım alışkanlıkları ve (iii) teknolojik araçlardan sunulan içeriğe başvurma eğilimlerini ortaya koymaktır. Kasım 2012-Ocak 2013 döneminde yürütülen alan araştırmasında öncelikle araştırma nüfusu belirlenmiş; Erzurum İli kapsamında ilkokullar<sup>12</sup> tespit edilmiştir (Bakınız Tablo 3.1.). Araştırma örnekleminin 10’u merkez ilçelerdeki (Palandöken, Aziziye ve Yakutiye) ilkokullardan, 6’sı da çevre ilçelerdeki (Pasinler, Köprüköy, Tekman, Tortum, Uzundere) ilkokullardan rastlantısal olarak seçilmiştir. Toplam 249 okuldan 16’sı incelemeye dahil edilmiş; % 5 örneklem kesiri ile örneklem çerçevesi çıkarılmış ( $n = f \times$

<sup>12</sup>Tez çalışması kapsamında ilkokul, 12 yıllık zorunlu eğitim programı kapsamında 1-4. sınıflarda eğitim gören, 5-10 yaş aralığındaki çocukları ifade etmektedir.

$N = 0.05 \times 249 = 12.45 \approx 13$ ); alan araştırmasına ise 16 ilkokuldan 342 öğrenci/denek (araştırma örneği) dahil edilmiştir.

**Tablo 3.1.** Erzurum İli Kapsamında Mevcut İlkokulların Dağılımı

| İlçe   | İlkokul Sayısı | İlçe     | İlkokul Sayısı | İlçe          | İlkokul Sayısı |
|--------|----------------|----------|----------------|---------------|----------------|
| Aşkale | 7              | Aziziye  | 62             | Çat           | 33             |
| Oltu   | 5              | Olur     | 12             | Palandöken    | 47             |
| Tortum | 13             | Uzundere | 9              | Yakutiye      | 61             |
|        |                |          |                | <b>TOPLAM</b> | <b>249</b>     |

**Kaynak:** MEB İstatistikleri, 2013.

Araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin devam ettikleri ilkokulların 10'u Erzurum merkez, 6'sı da çevre ilçelerde yer almaktadır. Araştırma grubunun eğitim-öğretim sürecine dahil oldukları ilkokullar ve okulların bulundukları bölgelere ilişkin detaylı bilgi Tablo 3.2.'de görülmektedir.

**Tablo 3.2.** Araştırma Grubunun Halen Eğitim Almakta Olduğu Okulların Dağılımı (N=342)

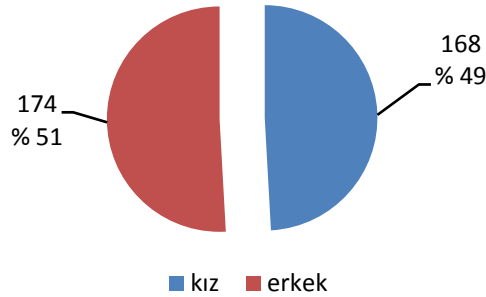
| Okul Adı                      | Bölge      | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%)  |
|-------------------------------|------------|------------------|------------|
| İMKB İNÖNÜ İLKOKULU           | Yakutiye   | 20               | 5,84       |
| KÜLTÜR KURUMU İLKOKULU        | Yakutiye   | 41               | 11,98      |
| NECMETTİN KARADUMAN İLKOKULU  | Palandöken | 24               | 7,01       |
| POLİS AMCA İLKOKULU           | Palandöken | 26               | 7,60       |
| SABANCI İLKOKULU              | Yakutiye   | 26               | 7,60       |
| SEBAHATTİN SOLAKOĞLU İLKOKULU | Palandöken | 24               | 7,01       |
| TATBİKAT İLKOKULU             | Yakutiye   | 18               | 5,26       |
| TURGUT ÖZAL İLKOKULU          | Palandöken | 24               | 7,01       |
| BAŞKÖY İLKOKULU               | Aziziye    | 24               | 7,01       |
| FATİH İLKOKULU                | Aziziye    | 22               | 6,43       |
| MARİFET İLKOKULU              | Köprüköy   | 18               | 5,26       |
| OTLUKKAPI İLKOKULU            | Pasinler   | 19               | 5,55       |
| GÜZELDERE İLKOKULU            | Tekman     | 12               | 3,50       |
| ATATÜRK İLKOKULU              | Tortum     | 22               | 6,43       |
| TORTUM YBO                    | Tortum     | 8                | 2,33       |
| ATATÜRK İLKOKULU              | Uzundere   | 14               | 4,09       |
| <b>TOPLAM</b>                 |            | <b>342</b>       | <b>100</b> |

Tez çalışması kapsamında hazırlanan anketteki sorular beş farklı grup altında toplanmaktadır. Hazırlanan anketteki sorular sosyal medya kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerini ortaya koyma, araştırmaya dahil edilen ilkokul öğrencilerinin televizyon sahipliği ve izleme alışkanlıklarını açığa çıkarma, bilgisayar sahipliği ve kullanım alışkanlıklarını belirleme, cep telefonu sahipliği ve kullanma pratiklerini çözümleme, internet kullanımlarını ölçme amaçlıdır. Anketin başlangıcında sorulan ‘cinsiyet’, ‘yaş’, ‘okul adı’, ‘sınıfı’, ‘ikamet edilen yer’, ‘babasının mesleği’, ‘annesinin mesleği’ ve ‘kaç kardeş oldukları’na dair sorular deneklerin sosyo-demografik özelliklerini bulgulamaya yöneliktir. Çalışmanın diğer bölümlerinde yer alan sosyal medyaya dönük araştırmaya ilişkin sorular ise televizyon, bilgisayar, internet ve cep telefonu üzerinden kurgulanmıştır. Televizyon geleneksel medya kapsamında ele alınmakla birlikte sosyal medya içeriğinin önemli bir kısmının televizyonda sunulan içeriği kapsamı ve yine televizyonda sunulan içeriğin sosyal medyada tartışma platformlarına taşınması nedeniyle tez çalışması kapsamında bu araç araştırmaya dahil edilmiştir. Televizyon sahipliği (“Öğrencinin evinde televizyon var mı?”), izleme alışkanlığı (“Öğrenci televizyon izliyor mu?”), izlenen saat aralığı (“Öğrenci televizyonu en sık hangi saatler arasında izliyor?”) ve izlenen programlar (“Öğrenci televizyonda en çok hangi programları izliyor?”) çerçevesinde birinci grup sorular oluşturulmuştur. Bilgisayar sahipliği (“Öğrencinin evinde bilgisayarı var mı?”), bilgisayarın kullanılıp kullanılmadığı (“Öğrenci bilgisayarı kullanıyor mu?”), yararlanılma düzeyi (“Öğrenci internetten yararlanıyor mu?”) ve hangi amaçla kullanıldığına (“Öğrenci interneti en çok hangi amaçla kullanıyor?”) ilişkin olarak ikincil grup sorular oluşturulmuştur. Cep telefonu sahipliği (“Öğrencinin cep telefonu var mı?”), aranan kişiler (“Öğrenci telefonu ile en çok kimleri arıyor?”) ve kullanım amaçları (“Öğrenci cep telefonunu hangi amaçlarla kullanıyor?”) ise üçüncü grup soruları oluşturmaktadır. İnternet kullanımına ilişkin sorular ise özellikle eğitim süreçleri bağlamında kurgulanmaya çalışılmış; ödevleri yapmak için internet kullanımı (“Öğrenci ödevlerini yapmak için internet kullanıyor mu?”), derslere ilişkin kaynak amaçlı olarak internete başvurulup başvurulmadığı (“Öğrenci dersleriyle ilgili kaynak bulmak için internetten yararlanıyor mu?”), oyun aracı olarak internet (“Öğrenci oyun oynamak için internet kullanıyor mu?”), velilerin öğrencilerin eğitim sürecini takip amaçlı internete başvurusu (“Öğrencinin velisi okulla ilgili bilgilere ulaşmak için internet kullanıyor mu?”) ve öğrencilerin arkadaşlarıyla cep telefonu aracılığıyla mesajlaşması (“Öğrenci arkadaşlarıyla cep telefonundan mesajlaşıyor mu?”) dördüncü grup sorular geliştirilmiştir.

Yürütülen tanımlayıcı-betimleyici araştırma kapsamında araştırma sorularına yanıt aranmış; anketlere kodlanan bilgiler SPSS programına kaydedilmiş; sıklık dağılımı (frekans) ve karşılaştırmalı sıklık dağılımı (*Crosstabulation*) ile değerlendirilmiştir.

### 3.3. BULGULAR

Erzurum ili ve ilçeleri kapsamında ilköğrencilerine kitle iletişim araçlarını kullanımlarını belirlemek üzere EK-1'deki anket uygulanmıştır. Bu bağlamda öğrencilere demografik verilerin yanı sıra televizyon, bilgisayar, cep telefonu ve internet kullanım sıklıkları ve alışkanlıkları üzerine açık uçlu ve kapalı uçlu sorular yöneltilmiştir. Tez çalışması kapsamında yürütülen alan araştırmasına 342 öğrenci katılmıştır. Bu öğrencilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında 168'i (% 49) kız, 174'ü (% 51) erkektir (Bakınız Şekil 3.1.). Öğrencilerin yaş ortalaması 9 olup; yaş dağılımı Tablo 3.3.'de görülmektedir.



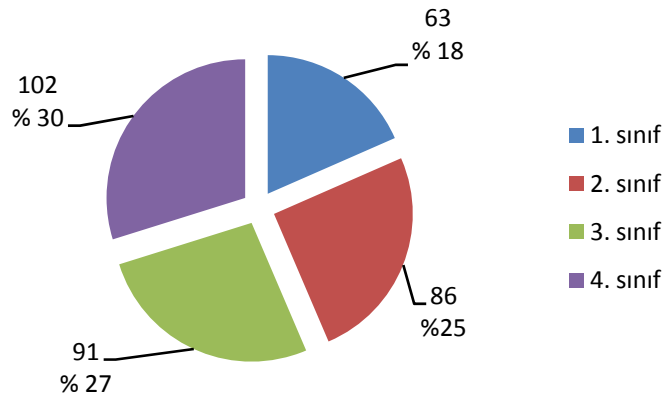
**Şekil 3.1.**Alan Araştırmasına Katılan Öğrencilerin Cinsiyet Dağılımı

**Tablo 3.3.** Araştırma Grubunun Yaş Dağılımı

| Yaş     | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | Yaş    | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) |
|---------|------------------|-----------|--------|------------------|-----------|
| 5 yaş   | 1                | 0,29      | 8 yaş  | 77               | 22,53     |
| 5,5 yaş | 2                | 0,58      | 9 yaş  | 101              | 29,53     |
| 6 yaş   | 16               | 4,68      | 10 yaş | 86               | 25,15     |
| 7 yaş   | 45               | 13,15     | 11 yaş | 12               | 3,51      |
| 7,5 yaş | 1                | 0,29      | 12 yaş | 1                | 0,29      |
| TOPLAM  |                  |           |        | 342              | 100       |

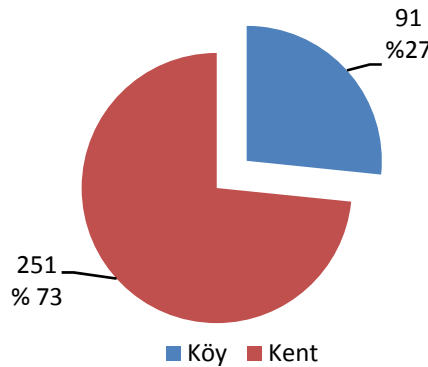
Araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin devam ettikleri okulların 10'u Erzurum merkez, 6'sı da ilçelerde yer almaktadır. Araştırma grubunun eğitim-öğretim sürecine dahil oldukları okullar ve okulların bulundukları bölgelere ilişkin olarak 203 öğrenci (%59.31) il merkezinde yer alan ilçe okullarda eğitimine devam ederken; 139 öğrenci (%40.69) ise çevre ilçelerde yer alan okullarda eğitim almaktadır.

Araştırma grubunun 63'ü (% 18'i) 1. sınıf, 86'sı (% 25'i) 2. sınıf, 91'i (% 27'si) 3. sınıf, 102'si (% 30'u) 4. Sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırma grubunun eğitim-öğretim sürecine dahil oldukları sınıflara ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.2.'de görülmektedir.



**Şekil 3.2.** Araştırma Grubunun Halen Eğitim Almakta Olduğu Sınıfların Dağılımı

Araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin 91'i (% 27'si) kırsal bölgede, 251'i (% 73'ü) kentte ikamet etmektedir. Araştırma grubunun ikamet ettikleri yerleşim yerlerine ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.3.'de görülmektedir.



**Şekil 3.3.** Öğrencilerin İkamet Ettikleri Yerleşim Yeri Göre Dağılımı

Tez çalışması kapsamında yürütülen alan araştırmasına katılan 342 öğrencinin babalarının mesleklerine ilişkin dağılıma bakıldığında 53'ünün (% 15.49) çiftçi, % 51'inin (% 14.91) serbest meslek, % 36'sının (% 10.52) memur, 27'sinin (% 7.89) esnaf, 21'inin (% 6.14) öğretmen olduğu, 154'ünün ise farklı meslek gruplarında dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin babalarının mesleki dağılımı için detaylı bilgi Tablo 3.4.'de görülmektedir.

**Tablo 3.4.** Araştırma Grubunun Babalarının Mesleklerinin Dağılımı (N=342)

| Baba Mesleği   | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | Baba Mesleği    | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) |
|----------------|------------------|-----------|-----------------|------------------|-----------|
| Serbest Meslek | 119              | 34,72     | Asker           | 8                | 2,33      |
| Çiftçi         | 53               | 15,49     | Öğretim Üyesi   | 7                | 2,04      |
| Memur          | 56               | 16,24     | Polis           | 7                | 2,04      |
| Öğretmen       | 21               | 6,14      | Doktor          | 6                | 1,75      |
| İşçi           | 17               | 4,97      | Diğer meslekler | 27               | 7,89      |
| Mühendis       | 12               | 3,50      | Emekli          | 6                | 1,75      |
|                |                  |           | İşsiz           | 3                | 0,87      |

Alan araştırmasına katılan 342 öğrencinin annelerinin mesleklerine ilişkin olarak şunlar söylenebilir: 281'i ev hanımı (%82.16), 23'ü öğretmen (% 6.72) ve 7'si memur (% 2.04) olup; detaylı bilgi Tablo 3.5.'de görülmektedir.

**Tablo 3.5.** Araştırma Grubunun Annelerinin Mesleklerinin Dağılımı (N=342)

| Anne Mesleği | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | Anne Mesleği   | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) |
|--------------|------------------|-----------|----------------|------------------|-----------|
| Ev Hanımı    | 281              | 82,16     | Mühendis       | 3                | 0,87      |
| Öğretmen     | 23               | 6,72      | Doktor         | 2                | 0,58      |
| Memur        | 11               | 3,02      | Avukat         | 1                | 0,29      |
| Hemşire      | 6                | 1,75      | Diş Doktoru    | 1                | 0,29      |
| Polis        | 4                | 1,16      | Serbest Meslek | 1                | 2,60      |
|              |                  |           | Emekli         | 1                | 0,29      |

Araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin 20'sinin (% 6'sının) kardeşi bulunmamaktadır. En yüksek oransa 1 ve 2 kardeş arasındadır. 1 kardeşi olanların sayısı

95 kişi (% 27), 2 kardeşi olanlarsa 97 kişidir (% 28). Öğrencilerin kardeş sayılarının dağılımına ilişkin detaylı bilgi Tablo 3.6.'da görülmektedir.

**Tablo 3.6.** Araştırma Grubunun Kardeş Sayısı Dağılımı (N=342)

| Kardeş Sayısı | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | Kardeş Sayısı      | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%)  |
|---------------|------------------|-----------|--------------------|------------------|------------|
| 1 kardeş      | 95               | 27,7      | 7 kardeş           | 2                | 0,58       |
| 2 kardeş      | 97               | 28,36     | 9 kardeş           | 2                | 0,58       |
| 3 kardeş      | 64               | 18,71     | 10 kardeş          | 2                | 0,58       |
| 4 kardeş      | 33               | 9,64      | 11 kardeş          | 1                | 0,29       |
| 5 kardeş      | 17               | 4,97      | Kardeşi Olmayanlar | 20               | 5,84       |
| 6 kardeş      | 9                | 2,63      | <b>TOPLAM</b>      | <b>342</b>       | <b>100</b> |

Tez çalışması kapsamında yürütülen alan araştırmasına katılan 342 öğrencinin 338'inin (%98.83) evinde televizyon bulunmaktadır, 4'ünün (% 1.17) ise evinde televizyon bulunmamaktadır. Evinde televizyon bulunan 338 öğrencinin 326'sı televizyon izlediğini, 12'si ise izlemediğini ifade etmiştir. Öğrencilerin günlük televizyon izleme sürelerine ilişkin detaylı bilgi Tablo 3.7.'de görülmektedir.

**Tablo 3.7.**Araştırma Grubunun Günlük Televizyon İzleme Süreleri (N=342)

| TV İzleme Süresi | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | TV İzleme Süresi | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%)  |
|------------------|------------------|-----------|------------------|------------------|------------|
| 1 saat           | 190              | 55,55     | 7 saat           | 1                | 0,29       |
| 2 saat           | 68               | 19,88     | 8 saat           | 1                | 0,29       |
| 3 saat           | 24               | 7,01      | 9 saat           | 1                | 0,29       |
| 4 saat           | 16               | 4,67      | Değişiyor        | 29               | 8,47       |
| 5 saat           | 3                | 0,87      | İzlemiyor        | 7                | 2,04       |
| 6 saat           | 2                | 0,58      | <b>TOPLAM</b>    | <b>342</b>       | <b>100</b> |

Araştırma grubunu oluşturan öğrenciler ilkokul düzeyinde oldukları için izledikleri programlara bakıldığında en yüksek sayı 183 (% 53) kişiyle çizgi film izleyenlerden oluşmaktadır. Programlara ilişkin detaylı bilgi Tablo 3.8.'de görülmektedir.

**Tablo 3.8.** Araştırma Grubunun İzlediği Programların Dağılımı (N=342)

| En Çok İzlenen Televizyon Programları | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | En Çok İzlenen Televizyon Programları | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%)  |
|---------------------------------------|------------------|-----------|---------------------------------------|------------------|------------|
| Çizgi Film                            | 183              | 53,50     | Dizi ve Spor                          | 3                | 0,87       |
| Dizi                                  | 32               | 9,35      | Belgesel ve Yarışma                   | 2                | 0,58       |
| Çizgi Film ve Dizi                    | 20               | 5,84      | Çizgi Film, Dizi ve Film              | 2                | 0,58       |
| Yarışma                               | 12               | 3,50      | Çizgi Film ve Haber                   | 2                | 0,58       |
| Spor                                  | 10               | 2,92      | Belgesel, Dizi ve Yarışma             | 1                | 0,29       |
| Çizgi Film ve Yarışma                 | 8                | 2,33      | Çizgi Film, Dizi ve Haber             | 1                | 0,29       |
| Film                                  | 7                | 2,04      | Dizi ve Belgesel                      | 1                | 0,29       |
| Dizi ve Yarışma                       | 5                | 1,46      | Dizi ve Haber                         | 1                | 0,29       |
| Haber                                 | 5                | 1,46      | Yarışma ve Eğlence                    | 1                | 0,29       |
| Belgesel ve Çizgi Film                | 5                | 1,46      | Yarışma ve Spor                       | 1                | 0,29       |
| Belgesel                              | 4                | 1,16      | Yarışma, Spor ve Çizgi Film           | 1                | 0,29       |
| Çizgi Film, Dizi ve Yarışma           | 4                | 1,16      | Yarışma, Spor ve Dizi                 | 1                | 0,29       |
| Çizgi Film ve Film                    | 4                | 1,16      | İzlemiyor                             | 16               | 4,67       |
| Çizgi Film ve Spor                    | 4                | 1,16      | Değişiyor                             | 3                | 0,87       |
| Dizi ve Film                          | 3                | 0,87      | <b>TOPLAM</b>                         | <b>342</b>       | <b>100</b> |

Öğrencilerin 233'ünün (% 68) evinde bilgisayar bulunurken; 109'unun (% 32) evinde bilgisayarı yoktur. Evinde bilgisayar bulunan öğrencilerin 219'u internetten faydalanmaktadır. Aynı zamanda evinde bilgisayar ve internet imkanı bulunmayan öğrenciler de internet kafelerde, okulda, arkadaşlarında ya da akrabalarının evinde internetten faydalanmaktadır. Kullanıcılardan % 16,08'i oyun oynamak ve ödev yapmak, % 14,61'i ödev yapmak, % 8,47'si oyun oynamak amacıyla internete girmektedir. Öğrencilerin interneti kullanım amaçlarına ilişkin detaylı bilgi ise Tablo 3.9.'da görülmektedir.

**Tablo 3.9.** Öğrencilerin İnterneti Kullanım Amaçlarına Göre Dağılım (N=342)

| İnternet Kullanım Amacı                        | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | İnternet Kullanım Amacı                              | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%)  |
|------------------------------------------------|------------------|-----------|------------------------------------------------------|------------------|------------|
| Oyun oynamak ve ödev yapmak                    | 55               | 16,08     | Oyun oynamak ve sosyal ağa girmek                    | 2                | 0,58       |
| Ödev yapmak                                    | 50               | 14,61     | Sosyal ağa girmek                                    | 2                | 0,58       |
| Oyun oynamak                                   | 29               | 8,47      | Sosyal ağa girmek ve ders çalışmak                   | 2                | 0,58       |
| Araştırma yapmak                               | 22               | 6,43      | Sosyal ağa girmek, oyun oynamak ve araştırma yapmak  | 2                | 0,58       |
| Ders çalışmak                                  | 22               | 6,43      | Çizgi film izlemek                                   | 1                | 0,29       |
| Araştırma yapmak ve Oyun oynamak               | 12               | 3,50      | Dizi izlemek                                         | 1                | 0,29       |
| Ders çalışmak ve oyun oynamak                  | 9                | 2,63      | Haberleşmek                                          | 1                | 0,29       |
| Oyun oynamak, ödev yapmak ve sosyal ağa girmek | 4                | 1,16      | Oyun oynamak ve müzik dinlemek                       | 1                | 0,29       |
| Araştırma yapmak ve ödev yapmak                | 3                | 0,87      | Ödev yapmak, oyun oynamak ve E-okul sistemine girmek | 1                | 0,29       |
| Oyun oynamak ve haberleşmek                    | 2                | 0,58      | Kullanmıyor                                          | 121              | 35,38      |
|                                                |                  |           | <b>TOPLAM</b>                                        | <b>342</b>       | <b>100</b> |

Araştırma grubunu oluşturan 342 öğrencinin 29'unun (%9) cep telefonu bulunmakta, 313'ünün (%91) ise bulunmamaktadır. Cep telefonu olan öğrencilerin 21'i (% 6,14) ailelerini, diğerleri ise arkadaş, akraba ve öğretmenlerini aramaktadır. Araştırma grubunun cep telefonu kullanım alışkanlıklarına ilişkin detaylı bilgi Tablo 3.10.'da görülmektedir.

**Tablo 3.10.** Öğrencilerin Cep Telefonu ile En Çok Aradıkları Kişilere Göre Dağılım (N=342)

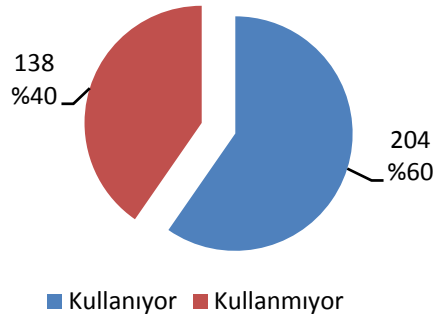
| En Çok Aranılan Kişiler | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%) | En Çok Aranılan Kişiler | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%)  |
|-------------------------|------------------|-----------|-------------------------|------------------|------------|
| Aile                    | 21               | 6,14      | Akrabalar ve aile       | 1                | 0,29       |
| Aile ve arkadaşlar      | 2                | 0,58      | Hiç kimse               | 1                | 0,29       |
| Akraba                  | 1                | 0,29      | Bilmiyorum              | 1                | 0,29       |
| Arkadaşlar              | 1                | 0,29      | Kullanmıyor             | 313              | 91,52      |
| Arkadaşlar ve öğretmen  | 1                | 0,29      | <b>TOPLAM</b>           | <b>342</b>       | <b>100</b> |

Araştırma grubunu oluşturan 342 öğrencinin 29'u(% 9)cep telefonu kullanmakta; 313'ü (% 91) kullanmamaktadır. Yoğunluklu olarak cep telefonu arama amaçlı kullanılırken, oyun oynama, mesajlaşma ve sosyal ağlara girme gibi amaçlar da bulunmaktadır. Öğrencilerin cep telefonunu kullanım amaçlarına göre dağılımına ilişkin detaylı bilgi Tablo 3.11.'deyer almaktadır.

**Tablo 3.11.** Araştırma Grubunun Cep Telefonunu Kullanım Amaçlarına Göre Dağılım (N=342)

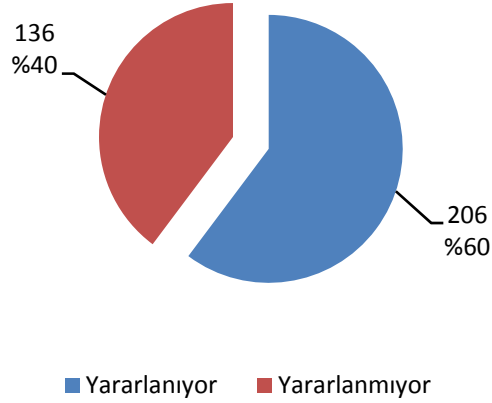
| Cep Telefonunun Kullanım Amacı | Frekans (Sıklık) | Yüzde (%)  |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Arama                          | 14               | 4,09       |
| Arama-Mesaj                    | 2                | 0,58       |
| Arama-Oyun                     | 2                | 0,58       |
| Ders                           | 1                | 0,29       |
| İletişim                       | 5                | 1,46       |
| İletişim-Sosyal Ağ             | 1                | 0,29       |
| Oyun                           | 3                | 0,87       |
| Kullanmıyor                    | 313              | 91,52      |
| Bilmiyorum                     | 1                | 0,29       |
| <b>TOPLAM</b>                  | <b>342</b>       | <b>100</b> |

Araştırma grubunu oluşturan 342 öğrencinin 204'ü (% 60) ödev yapmak için internet kullanmakta; 138'i (%40'ı) ise kullanmamaktadır. Öğrencilerin ödev yapmak için internet kullanımına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.4.'de görülmektedir.



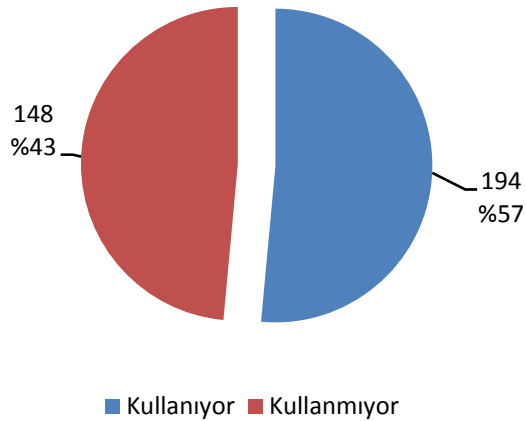
**Şekil 3.4.** Öğrencinin Ödevlerini Yapmak için İnternet Kullanımına Göre Dağılımı

Araştırma grubunu oluşturan 342 öğrencinin 206'sı (% 60) derslerle ilgili kaynak bulmak için internet kullanmakta; 136'sı (%40) ise kullanmamaktadır. Öğrencilerin derslerle ilgili kaynak bulmak için internet kullanımına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.5.'de görülmektedir.



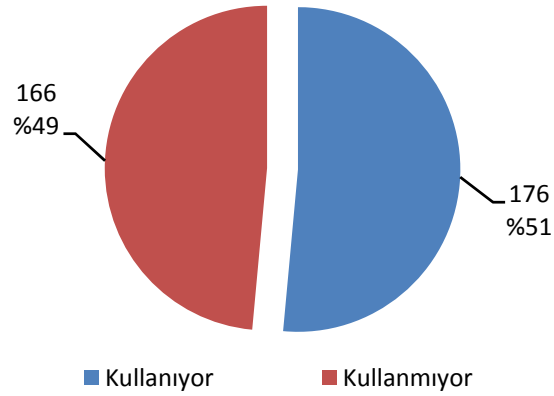
**Şekil 3.5.** Derslerle İlgili Kaynak Bulmak İçin İnternet Kullanımı

Araştırma grubunu oluşturan 342 öğrencinin 194'ü (% 57) interneti oyun oynamak amacıyla kullanmakta; 148'i (% 43) ise bu amaçla kullanmamaktadır. Öğrencilerin interneti oyun amacıyla kullanımlarına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.6.'da yer almaktadır.



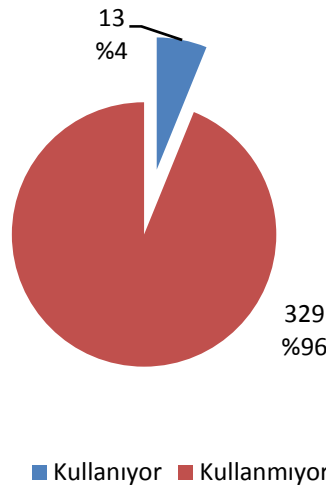
**Şekil 3.6.** Araştırma Grubunun İnterneti Oyun Amacıyla Kullanımına Göre Dağılım

Araştırma grubunu oluşturan 342 öğrenci velisinin 176'sı (% 51) öğrenci bilgilerine ulaşabilmek için interneti kullanmakta; 166'sı (% 49) ise bu yola başvurmamaktadır. Öğrenci velilerinin okulla ilgili bilgilere ulaşmak için internet kullanımına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.7.'de gösterilmiştir.



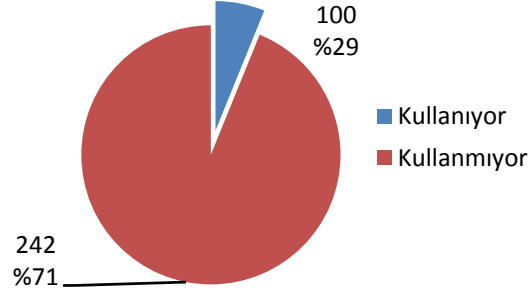
**Şekil 3.7.** Velilerin Okulla İlgili Bilgilere Ulaşmak için İnternet Kullanımı Dağılımı

Araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin 13'ü (% 4) cep telefonu ile arkadaşlarıyla mesajlaşmakta; 329'u (% 96) ise mesajlaşmamaktadır. Öğrencilerin arkadaşlarıyla mesajlaşmasına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.8.'de görülmektedir.



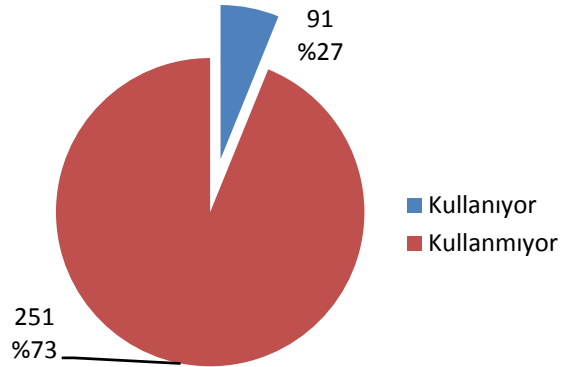
**Şekil 3.8.** Araştırma Grubunun Arkadaşlarıyla Cep Telefonu Aracılığıyla Mesajlaşmalarının Dağılımı

Tez çalışması kapsamında yürütülen alan araştırmasına 342 öğrenci katılmıştır. Bu öğrencilerin 100'ü (% 29) MSN kullandığını; 242'si (% 71) ise kullanmadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin MSN kullanımına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.9.'da görülmektedir.



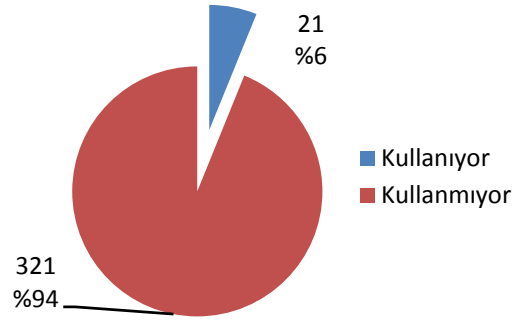
**Şekil 3.9.**Araştırma Grubunun MSN Kullanımı Dağılımı

Tez çalışması kapsamında yürütülen alan araştırmasına katılan 342 öğrencinin 91'i (% 27) Facebook kullandığını; 251'si (% 73) kullanmadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin Facebook kullanımına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.10.'da görülmektedir.



**Şekil 3.10.**Araştırma Grubunun Facebook Kullanımı Dağılımı

Tez çalışması kapsamında yürütülen alan araştırmasına katılan 342 öğrencinin 21'i (% 6) Twitter kullandığını; 321'si (% 94) kullanmadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin Twitter kullanımına ilişkin detaylı bilgi Şekil 3.11'de görülmektedir.



**Şekil 3.11.**Araştırma Grubunun Twitter Kullanımı Dağılımı

Araştırma grubunun cinsiyet bağlamında kitle iletişim aracı sahipliği ve bu araçları kullanımı üzerine değerlendirme yapıldığında benzer özellikler sergiledikleri gözlenmektedir. Detaylı bilgi Tablo 3.12.'de sunulmuştur.

**Tablo 3.12.** Cinsiyete Göre Kitle İletişim Aracı Sahipliği ve Kullanımı

|                                       | KIZ (N=168) |           | ERKEK (N=174) |           |
|---------------------------------------|-------------|-----------|---------------|-----------|
|                                       | Frekans     | Yüzde (%) | Frekans       | Yüzde (%) |
| Televizyon sahibi olan                | 165         | 98,21     | 173           | 99,42     |
| Televizyon izleyen                    | 161         | 95,83     | 165           | 94,82     |
| Evinde bilgisayar olan                | 115         | 68,45     | 118           | 67,81     |
| Bilgisayar kullanan                   | 114         | 67,85     | 119           | 68,39     |
| İnternet kullanan                     | 113         | 67,26     | 106           | 60,91     |
| Cep telefonu sahibi                   | 12          | 7,14      | 17            | 9,77      |
| Ödev için internet kullanan           | 103         | 61,30     | 101           | 58,04     |
| Ders kaynağı olarak internete başvuru | 106         | 63,09     | 100           | 57,47     |
| İnternette oyun oynayan               | 97          | 57,73     | 97            | 55,74     |
| Velilerin e-okul kullanımı            | 95          | 56,54     | 81            | 46,55     |
| Cep telefonundan SMS atmak            | 7           | 4,16      | 6             | 3,44      |
| MSN kullanımı                         | 41          | 24,40     | 59            | 33,90     |
| Facebook sayfası olan                 | 37          | 22,02     | 54            | 31,03     |
| Twitter kullanan                      | 5           | 2,97      | 16            | 9,19      |

Araştırma grubunun ikamet ettiği bölge/yer bağlamında kitle iletişim aracı sahipliği ve bu araçları kullanımı üzerine değerlendirme yapıldığında, televizyon sahipliği ve kullanımı anlamında farklılık gözlenmezken; bilgisayar, internet ve cep

telefonu sahipliği ile kullanımı anlamında kent ve kırsal olarak farklılaşmalar olduğu gözlenmiştir. Kentte yaşayanların % 88,84'ü; kırsalda yaşayanların ise yalnızca % 10,98'i bilgisayar sahibidir. Kentte yaşayanların % 82,86'sı; kırsalda yaşayanların ise yalnızca % 12,08'i internet kullanmaktadır. İçerik kullanımında da benzer farklılıklara rastlanmıştır. Detaylı bilgi için Tablo 3.13.'e bakınız.

**Tablo 3.13.** İkamet Edilen Bölgeye/Yere Göre Kitle İletişim Aracı Sahipliği ve Kullanımı

|                                       | KENT (N=251) |           | KIRSAL (N=91) |           |
|---------------------------------------|--------------|-----------|---------------|-----------|
|                                       | Frekans      | Yüzde (%) | Frekans       | Yüzde (%) |
| Televizyon sahibi olan                | 250          | 99,60     | 88            | 96,70     |
| Televizyon izleyen                    | 240          | 95,61     | 86            | 94,50     |
| Evinde bilgisayar olan                | 223          | 88,84     | 10            | 10,98     |
| Bilgisayar kullanan                   | 222          | 88,44     | 11            | 12,08     |
| İnternet kullanan                     | 208          | 82,86     | 11            | 12,08     |
| Cep telefonu sahibi                   | 27           | 10,75     | 2             | 2,19      |
| Ödev için internet kullanan           | 194          | 77,29     | 10            | 10,98     |
| Ders kaynağı olarak internete başvuru | 195          | 77,68     | 11            | 12,08     |
| İnternette oyun oynayan               | 183          | 72,90     | 11            | 12,08     |
| Velilerin E-okul kullanımı            | 170          | 67,72     | 6             | 6,59      |
| Cep telefonundan SMS atmak            | 12           | 4,78      | 1             | 1,09      |
| MSN kullanımı                         | 97           | 38,64     | 3             | 3,29      |
| Facebook sayfası olan                 | 88           | 35,05     | 3             | 3,29      |
| Twitter kullanan                      | 20           | 7,96      | 1             | 1,09      |

Araştırma grubunun eğitimine devam ettiği okulların bulundukları bölge/yer bağlamında kitle iletişim aracı sahipliği ve bu araçları kullanımı üzerine değerlendirme yapıldığında, televizyon sahipliği ve kullanımı anlamında farklılık gözlenmezken; bilgisayar, internet ve cep telefonu sahipliği ile kullanımı anlamında kent ve kırsal olarak farklılaşmalar olduğu tespit edilmiştir. Merkez ilçede yer alan okullarda eğitim alanların % 92,61'i; çevre ilçede yer alan okullarda eğitim alanların ise yalnızca % 32,37'si bilgisayar sahibidir. Merkez ilçede yer alan okullarda eğitim alanların % 90,14'ü; çevre ilçede yer alan okullarda eğitim alanların ise yalnızca % 35,97'si bilgisayar kullanmaktadır. Merkez ilçede yer alan okullarda eğitim alanların % 82,75'i; çevre ilçede yer alan okullarda eğitim alanların ise yalnızca % 36,69'u internet

kullanmaktadır. Merkez ilçede yer alan okullarda eğitim alanların % 13,30'u; çevre ilçede yer alan okullarda eğitim alanların ise yalnızca % 1,43'ü cep telefonu sahibidir. Merkez ilçede yer alan okullarda eğitim alanların % 35,46'sının; çevre ilçede yer alan okullarda eğitim alanların ise yalnızca % 13,66'sının Facebook sayfası bulunmaktadır. Detaylı bilgi için Tablo 3.14.'e bakınız.

**Tablo 3.14.** Eğitim Alınan Okulların Bulunduğu Bölgeye/Yere Göre Kitle İletişim Aracı Sahipliği ve Kullanımı

|                                       | MERKEZ (N=203) |           | İLÇE(N=139) |           |
|---------------------------------------|----------------|-----------|-------------|-----------|
|                                       | Frekans        | Yüzde (%) | Frekans     | Yüzde (%) |
| Televizyon sahibi olan                | 203            | 100       | 135         | 97,12     |
| Televizyon izleyen                    | 193            | 95,07     | 133         | 95,68     |
| Evinde bilgisayar olan                | 188            | 92,61     | 45          | 32,37     |
| Bilgisayar kullanan                   | 183            | 90,14     | 50          | 35,97     |
| İnternet kullanan                     | 168            | 82,75     | 51          | 36,69     |
| Cep telefonu sahibi                   | 27             | 13,30     | 2           | 1,43      |
| Ödev için kullanan                    | 158            | 77,83     | 46          | 33,09     |
| Ders kaynağı olarak internete başvuru | 159            | 78,32     | 47          | 33,81     |
| İnternette oyun oynayan               | 149            | 73,39     | 45          | 32,37     |
| Velilerin e-okul kullanımı            | 144            | 70,93     | 32          | 23,02     |
| Cep telefonundan SMS atmak            | 9              | 4,433     | 4           | 2,87      |
| MSN kullanımı                         | 76             | 37,43     | 24          | 17,26     |
| Facebook sayfası olan                 | 72             | 35,46     | 19          | 13,66     |
| Tweeter kullanan                      | 13             | 6,40      | 8           | 5,75      |

Araştırma grubunun eğitime devam ettiği sınıf düzeyine göre medya sahipliği ve kullanımına ilişkin televizyon sahipliği ve kullanımı anlamında farklılık gözlenmezken; bilgisayar, internet ve cep telefonu sahipliği ile kullanımında yaş ilerledikçe (yani eğitim aldığı sınıf düzeyi arttıkça) artış tespit edilmiştir. Bakınız Tablo 3.15.

**Tablo 3.15.** Araştırma Grubunun Eğitim Aldığı Sınıf Düzeyine Göre Kitle İletişim Aracı Sahipliği ve Kullanımı

|                              | 1.SINIF<br>(N=63) |           | 2.SINIF<br>(N=86) |           | 3.SINIF<br>(N=91) |           | 4.SINIF<br>(N=102) |           |
|------------------------------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|--------------------|-----------|
|                              | Frekans           | Yüzde (%) | Frekans           | Yüzde (%) | Frekans           | Yüzde (%) | Frekans            | Yüzde (%) |
| Kentte ikamet eden           | 46                | 73,01     | 61                | 53,48     | 67                | 73,62     | 77                 | 75,49     |
| Köyde ikamet eden            | 17                | 26,98     | 25                | 19,76     | 24                | 26,37     | 25                 | 24,50     |
| Evinde TV olan               | 61                | 96,82     | 85                | 70,93     | 91                | 100       | 101                | 99,01     |
| TV izleyen                   | 59                | 93,65     | 80                | 68,60     | 88                | 96,70     | 99                 | 97,05     |
| Evinde bilgisayar olan       | 44                | 69,84     | 57                | 51,16     | 62                | 68,13     | 70                 | 68,62     |
| Bilgisayar kullanan          | 41                | 65,07     | 52                | 47,67     | 65                | 71,42     | 75                 | 73,52     |
| İnternet kullanan            | 36                | 57,14     | 51                | 41,86     | 59                | 64,83     | 73                 | 71,56     |
| Cep telefonu sahipliği       | 1                 | 1,58      | 4                 | 1,16      | 5                 | 5,49      | 19                 | 18,62     |
| Ödev için internet           | 21                | 33,33     | 46                | 24,41     | 63                | 69,23     | 74                 | 72,54     |
| Ders kaynağı olarak internet | 24                | 38,09     | 47                | 27,90     | 61                | 67,03     | 74                 | 72,54     |
| Oyun için internet           | 35                | 55,55     | 46                | 40,69     | 55                | 60,43     | 58                 | 56,86     |
| Velilerin E-okul kullanımı   | 27                | 42,85     | 36                | 31,39     | 50                | 54,94     | 63                 | 61,76     |
| Cepten SMS gönderme          | 0                 | 0         | 2                 | 0         | 0                 | 0         | 11                 | 10,78     |
| MSN kullanımı                | 6                 | 9,52      | 10                | 6,97      | 31                | 34,06     | 53                 | 51,96     |
| Facebook sayfası olan        | 4                 | 6,34      | 10                | 4,65      | 27                | 29,67     | 50                 | 49,01     |
| Twitter kullanan             | 1                 | 1,58      | 2                 | 1,16      | 6                 | 6,59      | 12                 | 11,76     |

Yapılan araştırmada genel olarak şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Araştırma grubundaki öğrencilerin 338'inin evinde televizyon bulunuyor ve bu öğrencilerin 326'sı televizyon izliyor, 219'u internet kullanıyor, 29'u cep telefonu sahibi. Öğrencilerden 99'u MSN, 90'ı Facebook, 21'i Twitter kullanıyor.
- Araştırma grubundaki öğrencilerin 233'ünün evinde bilgisayar bulunuyor, bu öğrencilerin 223'ü televizyon izliyor, 196'sı internet kullanıyor, 28'inin cep telefonu var, 90'ı MSN, 84'ü Facebook, 18'i Twitter kullanıyor.
- Araştırma grubundaki öğrencilerin 219'u internet kullanıyor. Bu öğrencilerin 219'unun evinde televizyon var, 211'i televizyon izliyor, 26'sı

cep telefonu kullanıyor, 13'ü cep telefonundan mesajlaşıyor, 92'si MSN, 84'ü Facebook, 18'i Twitter kullanıyor.

- Araştırma grubundaki öğrencilerin 29'u cep telefonu kullanıyor. Bunların tamamının evinde televizyon var, 27'si televizyon izliyor, 28'inin evinde bilgisayar var, 26'sı internet kullanıyor, 8'i cep telefonuyla mesajlaşıyor, 15'i MSN, 15'i Facebook, 5'i Twitter kullanıyor.
- Genel olarak bakıldığında kitle iletişim araçlarından televizyon geleneksel medya olarak en fazla sahipliği ve kullanımı olan araç. Diğer araçların sahiplikleri de bölgesel ve yaşa bağlı olarak değişirken, interneti olanların özellikle Facebook sayfalarının bulunduğu görülmektedir.

Yapılan araştırma sonuçları da göstermiştir ki, Erzurum ili kapsamında kitle iletişim araçları ve sosyal medya sahipliği ve kullanımı, araştırma sorularına paralel özellik sergilemektedir. Yaş ve yaşanan ya da eğitim alınan okulun bulunduğu bölgeye göre farklılık sergilemektedir.

## SONUÇ

İletişimin kişilerarası ve gruplar arası boyutunun yanı sıra kitlesel boyutu özellikle topluma özgülüğü ve toplumsal bir olgu olması açısından değer kazanmaktadır. Topluma özgü yapısıyla kitle iletişimi, “ortaklaşa paylaşım” açısından etkileme ve etkilenme özelliklerini içinde barındırmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla aracılanan iletişim, zaman ve uzam aşımını olanaklı kılmaktadır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte toplumsalın ötesine geçilerek kültürlerarasılık boyutu kazanan kitle iletişimi, her kültürden, toplumdan, dilden bireyin etkileşimini mümkün hale getirmekte; sanal ortamda çeşitli konular ve ilgi alanları çerçevesinde gruplar ve topluluklar oluşturulabilmektedir (Güngör, 2011:199, 208).

Teknoloji, insan yaşamında gerek gündelik pratiklerin gerçekleştirilmesi boyutunda gerekse iş süreçlerinin gerçekleştirilmesinde önemli bir yer kazanmıştır. Değişim ve yeniden organizasyon, yalnızca iş ve hizmeti sunanlar açısından değil, iş ve hizmeti alanlar açısından da geçerli ve gerekli olmaya başlamıştır. Bu bağlamda yeni iletişim teknolojileri, insan yaşamında temel etkileşim aracı olma yönünde anlam kazanmaktadır. “Çeşitli teknolojik, ekonomik ve toplumsal gelişmeler sonucu kitle iletişimi, telekomünikasyon olarak da tanımlanan iki nokta arasındaki iletişim, veri iletişimi gibi çeşitli iletişim biçimleri giderek birbirine dönüşmekte ve aralarındaki farklılık yok olmaktadır” (Geray, 2003:19).

Teknolojinin gündelik hayatın merkezinde yer almaya başlamasıyla birlikte bireysel ve toplumsal açıdan yaşanan kaçınılmaz değişimler, toplumsal, siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel süreçlere eklemlenmektedir. “Yeni bilgi iletişim teknolojilerinin giderek güçlenen ve etki alanını genişleten yönelimi, toplumsal bağlamdaki konumunu ve önemini anlamlandırmayı zorunlu kılmaktadır. Özellikle küreselleşmenin sonuçlarına bağlı olarak *her yerdeliğin* aynı zamanda *hiçbir yerdeliğin* kültürel biçimleri, bireyler arasındaki iletişimin ve ilişkinin kaynağını da farklılaştırmaktadır (Yağlı, 2014:28).

Tarihi, ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal özgül koşullar ve ilişkilenmeler bağlamında “yeni” olan medya, “ne”liği ile birlikte ele alındığında öne çıkan özellikleri, dijitallik, etkileşim, hipermetinsellik, multimedya biçimselliği, kullanıcı türevli içerik üretimi, mevcudiyet hissi ve yayılımdır (Binark, 2014:16). Bu bağlamda yeni medya,

kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe diledikleri zaman ve mekanda erişiminin mümkün olduğu ortamlar şeklinde ifade edilebilir. Sayısal ağların birbirine bağlandığı ağ olarak internet, günümüz koşullarında esnek bir kullanım sunmanın yanı sıra kullanıcıyı aktif ve dönüştürebilen konumuna taşımaktadır.

“Bilgisayar ve internetle gelen olanakları saymaya kalkarsak sonsuz bir listede kaybolup gideriz herhalde. Özetle söylemek gerekirse bilgisayar teknolojisi yalnızca iletişimsel anlamda değil, yaşamın pek çok boyutunda değişiklik anlamına gelmektedir. Çalışma yaşamının yeniden organizasyonu, gündelik yaşam pratiklerinde gözlenen farklılaşmalar, bireysel ve toplumsal düzlemde yeni bir iletişimsel ortam, bilgiye ulaşılabilirlikle bilimsel yaşamda değişen pratikler ve yeni ufuklara açılım, yeni etkileşim ve tartışma ortamları, dolayısıyla da demokratikleşme ve özgürleşme açısından yeni olanaklar vb. bilgisayar merkezli yeni iletişim teknolojilerinin getirileri olarak görülebilir. Aslında insan ve toplum yaşamında meydana getirdiği değişikliklere bakılırsa bilgisayar teknolojisi için yüzyılın buluşu denilebilir” (Güngör, 2011:209).

Bilgi çağında yaşanan tüm dönüşümler, toplumsal yaşamda yeni düzenleme, kurallar silsilesi ve uygulamalar dizisini beraberinde getirmiştir. Otomasyona dayalı teknolojik ilerleme, gündelik yaşam kadar iş yaşamını da düzenlemiştir. “2000’li yılların ‘işaret fişğini’ yakan ve toplumsal dönüşümün çekirdeğini oluşturan en temel olgu internetin ortaya çıkması, keşfedilmesi ya da hayatın içine girmesi ile olmuştur” (Bulunmaz, 2013:15). İnternet dünyasının ortaya çıkardığı ‘yeni medya’, eskinin temel unsurlarını kullanarak kendi teknolojik evrim süreci içerisinde yepyeni kalıplar ortaya çıkarmış; karşılıklı etkileşim ana özelliğini temel alan ve teknolojinin her türlü nimetinden faydalanan yeni medya, zamanla bireyin merkeze çekildiği ve proaktif bir davranış biçiminin meydana geldiği bir ortamın oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu zeminde bireysel etkileşimin yanı sıra “kurumsal” ve “planlı” iletişim de önem kazanmaktadır. Sosyal medya bireyler kadar şirketler, organizasyonlar, devletler gibi çok farklı yapıların kitlelerle etkileşimini düzenleyen önemli bir araçtır (Dewing, 2010:1). Bu bağlamda sosyal medya, kullanıcı esaslı -kullanıcı tarafından

yönlendirilebilen, dönüştürülebilen, müdahale edilebilen içerik formatında- katılımın mümkün olduğu internet ve mobil hizmetleri kapsamaktadır.

Yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren evde, sokakta ve iş yerlerinde kullanılan teknolojik donanımların gelişimi çocukların ve gençlerin önünde yeni bir açılıma neden olmuş, genç nesilleri adeta teknoloji uzmanı haline getirmiştir. Bu kapsamda yeni neslin ‘uzmanlık alanı’, bir yandan yarışçı-rekabetçi eğitim, öte yandan da gittikçe karmaşıklaşan dijital teknoloji platformları olmaktadır. Her türden bilgiye erişim ve bilişim teknolojilerinin zenginliğiyle gittikçe karmaşıklaşan çocukların dünyası, ailelerin zihinsel birikimini aşan ve hatta onları bir anlamda çağın gerisinde bırakan bir konuma kavuşmaktadır. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, databank gibi teknolojik aygıtlar karmaşıklaştıkça çocuklar daha fazla uyarıcı ile yüz yüze kalmakta ve zihinsel/bilişsel bakımdan aşırı düzeyde uyarılan çocukların aileleriyle ilişkisi gerilimli bir hal almaktadır (Oktik, 2013:299). Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte bilginin üretimi ve dağıtımı arasındaki ilişki boyutu da farklılaşmaktadır. “Toplumsal alanda üretimden, tüketime ve hatta iletişime kadar bütün temel süreçler dijitalleşen yeni dünyanın uzantılarına eklemlenmektedir” (Yağlı, 2014:37).

İnternet, sosyal medya ve bilgisayarlar, eğitim teknolojilerinde yöndeşmeyi beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, eğitimde teknolojinin kullanılıp kullanılmayacağı değil, nasıl kullanılacağı, sağlanacağı, dağıtılacağı sorunu üzerinde durulması önem taşımaktadır (Aksoy, 2003). Teknolojinin bireyi değil, bireyin teknolojiyi yönlendirmesi gereği göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle ders içerisinde öğretmenleri çok fazla meşgul eden ve zamanlarını kısıtlayan teknolojik materyallerin kullanılmasında gereken tedbirler alınmalıdır (Bingöl, 1999). Teknolojinin kontrol edilebilir olması için ulusal uygulamalar ortaya konulmalı ve sistemli bir şekilde uygulamalara düzen getirilmelidir. Teknoloji kullanımında eğitim olanaklarından daha az yararlananlara pozitif ayrımcılık yapılacak şekilde politikalar izlenmelidir. Eğitimde teknolojiyi kullanırken ortaya çıkan maliyetin kaynak sorunu da düşünülerek önlenmesi gerekmektedir. Özellikle dış kaynaklara yönelerek hem zaman hem de emek harcayan okul yönetimlerinin sorunları bu yolla çözümlenmelidir (Aksoy, 2003). Kullanılan teknolojiye yerel toplumsal tercihlere uygun üretim ve pazarlanma sağlanması gerekmektedir. Bu yolla teknoloji kullanılırken eğitim sisteminde öğrenciler ve toplum için de bir anlamlılık söz konusu olabilecektir (Aksoy, 2005). Sadece teknoloji merkezli düşünerek yatırımlar koşulsuz

artmamalı, başka ihtiyaçlara sahip eğitim sistemi daha da sorun yaşayacağı bir yapıya dönüştürülmemelidir.

Bilgi teknolojisi, günümüz toplumlarında öğrenme ortamına temel teşkil etmektedir ve toplumdaki bireylerin yaşam boyu sürekli eğitim görmelerinde önemli fırsatlar açığa çıkarmaktadır. Eğitim politikaları, yenilikler sunan iletişim teknolojilerinin desteğinde, toplumun her kesimine eğitim götürmeyi, toplumun katılımını sağlayarak dönütlerini de göz önüne alarak toplumsal değişimi denetleyip yönlendirmeyi hedeflediğinde yeni iletişim teknolojileri önem kazanmaktadır. Öğrenme süreçlerinde bilgisayar yazılımları, eğitmenler, alıştırmalar, modellemeler, canlandırmalar, benzeşimler, çoklu ortamlar, etkileşimli videolar, internet kaynakları olmak üzere çok sayıda uygulamaya rastlamak mümkündür.

Sosyalleşme süreci, topluluğun ilk örneklerinden olan ve sosyal bağların oluşmasında en etkin role sahip ailede başlamaktadır. Birey, bu süreçte, dış dünyayı, çevresini ve kendisini, benzer özelliklerini taşıdığı topluluğun sosyal kalıtımı aracılığı ile keşfedip, sosyal dünyada kendine bir yer edinerek diğerleriyle ortak bir yaşam oluşturmaktadır. Gündelik yaşam, bireyin ilk varoluş çevresi olan aile ve topluluk ile şekillenmektedir. Sosyal düzenin olmadığı bir sistemde, düzensizlik, kaos, kuralların ve örgütlenmenin olmaması yaşanırken, aktörlerin birbirini yok sayarak uzlaşmayı reddetmeleri söz konusudur. Toplumsal düzenin oluşması ancak sosyal kontrolle mümkün olup, hem bireyler hem de toplumlar ancak sosyal kontrolle varlıklarını sürdürebilirler. Sosyal yapıda var olan kültür örüntüleri çocukluktan itibaren yol gösterici oldukları gibi, bizleri yönlendirip, diğerleriyle ilişkimizi kolaylaştırır. Birbirimizi anlamamızı kolaylaştıran kültür örüntüleri ayrıca birbirimize nasıl tepki vereceğimiz konusunda da ipucu sağlarlar. Kültürel örüntüler ayrıca bizim rollerimizi de belirleyen en önemli öğelerdir (Oktik, 2013:300).

Sosyalizasyon süreci boyunca çocuk, hem ailesinin hem de formel eğitim süreçlerinin kurallarına uymak konumundadır. Sosyal kontrole direnen çocuklar bu kurallara uymamanın sonuçlarını gelecekteki eylem ve davranışlarına yansıtırlar. Yetişkin yaşamında farklı çelişki, çatışma ve dinamiklerle yüz yüze olan bireyler ise günlük yaşam içerisinde bazı kuralları kabul edip, bazı kuralları da kendi yaşantısına göre şekillendirirler. Bugün milyonlarca insan internet üzerinden kaynağı belli olmayan

her tür bilgiye erişmekte, hiç tanımadığı insanlarla şahsi bilgilerini paylaşmakta, kendini bu ortamda olmadığı bir dünyanın içinde bulmaktadır. Dünyanın neresinden olursa olsun, ya da hangi yaşta olursa olsun sanal ortamda insanlar sohbet etmekte, kendilerini farklı tanımlayıp sunmaktadırlar. Oyun odalarında oyunlar oynanmakta, sosyal ya da siyasi konularda fikir alışverişinde bulunulmakta, dostluklar kurulmakta ya da hırsızlık, teşhir, taciz, çocuk istismarı ve hatta cinayete varan tehditler de yaşanmaktadır. Özellikle pornografik ve sapkın içeriğe hızlı ve kolay erişilmeye başlanması, şahısların cinsel gelişimini, aile hayatını ve zaman zaman da psikolojilerini tehdit etmektedir. Bu alanda tehlikenin tam ortasında bulunan çocuklar küçük yaştan itibaren pornografiye kolayca erişebilmekte, ileriki yaşlarda bu erişimin cinsel ve psikolojik sonuçları değerlendirme dışı kalmaktadır (Oktik, 2013:300).

Üzerinde birçok tartışma bulunmakla birlikte teknolojik gelişmeler ve özellikle de kullanıcılara kişisel içerik ve iletilerini paylaşma olanağı kılan (Bat ve Akıncı Vural, 2014:114) sosyal ağ siteleri kapsamında ele alındığında toplumsal yaşamın her alanında değişime neden olmaktadır. Özellikle “bireyselleşme” ve “sosyal izolasyon” bağlamında öne çıkan tartışmalar, etkileşimin arttığı ve çok farklı görüşlerin sanal ortamda tartışılmasına fırsat yaratıldığı noktasında iki farklı kutupta sergilenmektedir (Hampton, vd., 2011:7). Yaşanan dönüşümler, eğitim kurumlarının yapı ve işlevlerini de etkilemektedir. Endüstri, ekonomi ve iletişim gibi birçok toplumsal sistem eğitim kurumlarının teknolojiyi kullanabilen bireyler yetiştirmesini beklemektedir. Eğitimde bilgi teknolojilerinin kullanımının temel nedenleri arasında öncelikle eğitim sürecinde yer alan paydaşların en etkin biçimde etkileşimleri gelmektedir. Öğrenme ortamlarının, eğitimsel yazılımlar, elektronik referanslar, uygulama yazılımları ve eğitsel oyunlarla desteklemek öğrenciye esnek ve bireysel öğrenme olanağı sunacaktır. Bilgi teknolojisi araçlarını her kademedeki öğrenme ortamlarına entegre etmek mümkündür. Böylece öğrencilere eğitim hayatları boyunca her türlü gelişmiş bilgi teknolojisi araçlarına (bilgi kaynaklarına) ulaşma imkanı sağlanmış olacaktır. Bilgi teknolojisini doğru zamanda ve yerde kullanma becerisi ve bilinçliliği kazandırmak, öğrencinin bu bağlamdaki “okuryazarlılığını” geliştirmek açısından önem taşımaktadır. Bilgi teknolojisi araçları ile bilgiye ulaşma, problem çözme, bilginin işlenmesi ve sunulması becerilerini bütün öğrencilere kazandırmak ve onlara günlük hayatta bilgi teknolojisi araçlarını nasıl kullanabileceklerini öğretmek toplumsal yaşama hazırlama ve mesleki beceriler

geliştirme açısından anlamlıdır. Öğrenciyi pasif öğrenme ortamlarından kurtararak kendi kendine aktif bir şekilde öğrenme yeteneği kazanmasını sağlamak, yaşam boyu öğrenme ilkesinin başında gelmektedir.

Öğrencilerin, internete sadece enformasyon aracı olarak değil de çizim programlarını, kelime işlemcileri, elektronik tablolar ve sunum yazılımlarını kullanmada kendilerini geliştirme amaçlı araçlar olarak görmeleri uygulamaların başarısı açısından önem kazanmaktadır. Bilgisayar aynı zamanda öğretmenlerin, ders planlarını hazırlama, derslerini uygulama, ölçme ve değerlendirme araçlarını geliştirme, not verme, eğitsel materyallerini hazırlama ve kendilerini geliştirme amaçlı olarak kullanmalarını sağlama yönünde yardımcı niteliğindedir. Veri tabanları, kelime işlemci, sunum yazılımları vb. bilgi teknolojilerini kullanarak idari işlerin kolaylaştırılmasını ve daha etkin hale getirilmesini sağlamak yönetsel açıdan önem kazanmaktadır. İl ve ilçe milli eğitim müdürlüklerinin işlevlerinin bilgi teknolojisi desteğiyle yürütülmesi bağlamında bir yönetim bilgi sistemi kurmak da geniş çaplı bir ağ geliştirmek açısından önemli bir adımı oluşturmaktadır.

İnternet haber okuma, dizi izleme, alışveriş, bilgi edinme, müzik dinleme, oyun oynama ve arkadaşlarla iletişim ve etkileşim için ideal bir yol olarak kabul edilebilir. Ancak göz ardı edilmemesi gereken nokta ne kadar güvenli olduğu konusudur. Özellikle çevrimiçi bilgilerin (*online info*) ne kadar doğru ve güvenilir olduğu tartışmalıdır. Herkesin internete bilgi koyabileceği bir ortamda, özellikle çocukların, hangi bilginin doğru hangisinin yanlış olduğunu tespiti mümkün olmayıp, bu durum oldukça risklidir. Ayrıca açılan her hangi bir bilgi adresi çocuğu şiddet ya da porno içeren bir başka yere yönlendirebilmektedir. Bu nedenle özellikle ailelerin bu konuda bilinçli olması ve çocukların internete erişimi sırasında kontrol etmeleri gerekmektedir (Oktik, 2013:305).

Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Projesi (EU Kids Online Project) 2009 yılında başlamış ve 2011 yılında tamamlanmış, 2013 yılında da sonuç raporu oluşturmuştur. Projenin sonuç raporunda Livingstone, 25 ülkede 20.000 çocukla konuşulduğunu ve yeterince güvenli bir internet ortamının bulunmadığına dikkat çekmektedir. Projenin Türkiye ayağı koordinatörü, Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nden Prof. Dr. Kürşat Çağıltay'ın bulgularına göre (aktaran Oktik, 2013:305):

- Çocukların % 85'i Facebook kullanmakta ve bu sayının yarısı hesabını herkese görünür şekilde ayarlamaktadır.
- Çocukların % 9,6'sı internet üzerinden üzücü bir durumla karşılaştıklarını ifade ederken, ailelerin ancak yarısının bu durumdan haberdar olduğu görülmüştür.
- Çocukların % 15'i zararlı bilgiler içeren web sitelerini ziyaret ettiklerini belirtmiştir.
- Türkiye'de babaların internet kullanımı % 49 oranındayken annelerin kullanım oranı sadece % 24'dür (elearningtalks, 2014).

Livingstone, çocukların internet kullanımının güvenli hale getirilmesi konusunda ailelere yönelik tavsiyelerde bulunurken, ebeveynlerin ve özellikle annelerin, internet kullanıcısı olarak riskler konusunda bilgilendirilmesi/bilinçlendirilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Özellikle çocukların internetin risklerinden kendilerini nasıl koruyabilecekleri ile ilgili olarak ailelerin bilgi sahibi olup, çocuklarını bilgilendirmeleri önemli bir nokta olarak görülmektedir. 25 Avrupa ülkesini kapsayan bu raporun bulgularına kısaca bakıldığında (aktaran Oktik, 2013:306):

1. Çocukların % 36'sı ailelerinden daha iyi internet kullanmayı bildiklerini belirtmişlerdir.
2. Çocukların çoğunluğu internette kendi sitelerini ya da simgelerini oluştururken hazır paketler kullanmaktadırlar. Başka bir deyişle yaratıcılık değil, kopyala yapıştır mantığı geçerlidir.
3. Birçok sosyal ağ sitesi 13 yaş altının kullanımını yasaklamışsa da (Örneğin Facebook), 8-12 yaş aralığındaki çocukların % 38'inin bir sosyal ağda profili bulunmaktadır.
4. Her 7 çocuktan biri (% 14), sosyal ağlarda cinsellik içeren sakıncalı görüntülerle karşılaştıklarını belirtmişlerdir.
5. Çocukların % 60'ı sosyal ağlarda sanal zorbalıkla karşılaşmış ve aynı şekilde tamamı (% 60'ı) da zorbalıkla sindirilmiştir. Ayrıca sanal zorbalık gören çocuklar daha sonra kendilerinin de zaman zaman sanal zorbalığa başvurduklarını ifade etmişlerdir.

6. Çocukların sosyal ağlarda iletişim kurduklarının çoğu önceden tanıdıklarıyla, % 9'u daha önce tanımadıklarıyla karşılaşmış ve bağlantı kurmadıklarını belirtmişlerdir. Ancak % 1'i bağlantı kurarak, bu insanlarla kötü deneyimler yaşadıklarını ifade etmişlerdir.
7. Bilgisayarı oturma odasına taşımak bir yol olabilirken, yine de, bu yolla çocukları kontrol etmek pek de mümkün olamamaktadır. Ailelerin çocuklarla riskler konusunda acık ve net konuşarak onları korumaları en mümkün yöntem olarak görülmektedir.
8. Çocuğun sosyal ağlarda çevrimdışı ya da çevrimiçi olması onları tehlikeli ve riskli içeriklerden korumada herhangi bir farklılık göstermemektedir.
9. Çocukların dijital bilgilerini artırarak korumak, çocukları daha fazla sosyal ağ ve internet kullanımına yöneltmektedir.
10. Ailelerin çocuklar için filtre oluşturmaları, çocukları bu filtreleri değiştirmekten alıkoymazken, ailelerin interneti sınırlama çalışmalarını çocuklar daha çok önemsemektedirler.
11. Aileler çocuklarının sosyal ağlarda yabancı tehlikelerle yüz yüze olmalarından korkarken, çocuklar daha çok sanal zorbalıktan (*cyber bullying*) korktuklarını belirtmişlerdir (lse.ac.uk, 2014).

Bu tez çalışması kapsamında, iletişim teknolojileri kullanımına daha yakından bakıldığında, günümüz çocuk ve gençlerinin teknoloji ile ilişkilerinin farklı şekillerde adlandırılabilirliği görülmektedir. 1961-1979 yılları arasında doğanlar 'X', 1980-1999 arasında doğanlar 'Y' ve 2000'li yıllarda doğanlar da 'Z' Kuşağı olarak tanımlanmaktadır. Çocuk ve medya hareketi bu sınıflandırmaya göre daha çok 'Z' kuşağını hedeflemekle birlikte 'Y' kuşağını da kapsamaktadır. 'Y' kuşağı teknoloji ve tüketimle gönüllü bir ilişki içinde olan, internet ile iletişimi nedeniyle çoklu kimlikler edinen girişimci, sabırsız, bireyci, sonuca odaklanan, egosu ve özgüveni yüksek, hemen her şeyi talep eden, çabucak tüketen ve bir bedel ödemek istemeyen, bürokrasiden ve ciddiyetten hiç hoşlanmayan, hız tutkunu bir kuşaktır. 'Z' kuşağı ise teknolojiye bağımlı, aceleci, internete hakim, yaratıcı, çoklu dikkat ve çoklu karar alma becerisine sahip, her şeyi çabuk isteyen ve anlık tüketen bir profil çizmektedir. "Çocuk" kavramı çerçevesinde tez çalışmanın kapsamına giren Z kuşağı diğer kuşaklarla

karşılaştırıldığında zengin bir medya çeşitliliği içine doğmuş ve böyle bir ortamda yaşamaktadır. Konuyla ilgili araştırmalara bakıldığında çocukların televizyon, bilgisayar, cep telefonu, tablet bilgisayar, video oyunları, internet ve sosyal medya gibi görsel temelli araç ve içeriklere daha fazla ilgi gösterdikleri görülmektedir. Çokuluslu teknoloji şirketlerinin gelecek 10-15 yıl için yapmış oldukları vizyon çalışmalarına bakıldığında dokunmatik ekrana, hatta giyilebilir devrelere dayalı mobil teknolojilerin daha da gelişeceği görülmektedir. İtalyan medya okuryazarlığı eğitimcisi Prof. Dr. Pier Cesare Rivoltella'nın (2006) kitabının ismi olan “ekran kuşağı” ve Hanna Rosin'in (2013) dile getirdiği “dokunmatik-ekran kuşağı” nitelendirmeleri gelecek nesilleri ifade ederken başvurulabilecek temel kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır (TÇMS, 2013:22).

Kamu yayıncılık kuruluşları ve denetleyici kurullar tarafından yapılan araştırmalar çocuklara yönelik medya donanım ve içerikleri ile bunların kullanım oranlarının artmakta olduğunu göstermektedir. Çocukların hayatlarında gerek biçimsel gerekse anlamsal olarak önemli bir yeri olan medyanın onlara “serbest zamanlarını değerlendirme, kendilerini ifade etme, yaratıcı fikirler geliştirme, farklı bakış açılarından bakabilme, bilgiye daha hızlı erişebilme, eğlenceli vakit geçirme vd.” gibi pek çok faydasının olduğu açıktır. Bununla birlikte hayatlarında böylesine önemli bir yeri olan medyanın çocuklar için çeşitli riskleri bulunduğu da görülmektedir. Ülkemizde çocuk ve medya ilişkisi konulu araştırmaların durumu ise şöyle özetlenebilecektir (TÇMS, 2013:22-25):

- **Televizyon:** Yapılan araştırmalar çocukların en çok takip ettikleri ve evlerinde en çok bulunan medya aracının televizyon olduğunu ortaya koymaktadır. 6-10 yaş grubu çocuklarda en çok izlenen program türü % 93,8 ile çizgi film iken 11-15 yaş grubu çocuklar tarafından en çok izlenen program türü ise %76,8 ile film ve dizilerdir. Türkiye’de çocuklara yönelik yayın yapan 21 tematik kanal bulunmakta ve bu kanalların sayısı ve içeriği hızla genişlemektedir. Çocuk kanallarına dair reklam verileri (AC Nielsen Zet, Ocak-Mayıs 2012) incelendiğinde bu gelişmenin tesadüf olmadığı görülmektedir. Araştırmacılara göre, televizyon gibi teknoloji tabanlı medya mecralarının çoğu çocukların fiziksel gelişimleri ve davranışları, düşünme, konuşma becerileri, okuma alışkanlıkları gibi bilişsel gelişimleri ile kişilik

gelişimleri, kimlik duygusu ve sosyalleşme süreçleri gibi sosyal ve duygusal gelişim dinamikleri üzerinde etkilidir.

- **İnternet:** Çocuklara yönelik web içeriklerinde ve bunların kullanımında da artış görülmektedir. TÜİK (2013) araştırmasına göre Türkiye'deki çocuklar ortalama olarak 9 yaşından itibaren interneti kullanmaya başlamaktadır. Kullanım mekanı ise çocukların yaklaşık 3/5'ü için ev ve 1/5'i için de internet kafelerdir. Çocukların yaklaşık olarak yarısı hemen her gün internet'i kullanmaktadır. 6-15 yaş grubu çocuklar interneti en çok % 84,8 ile ödev veya öğrenme amacıyla kullanırken, bunu % 79,5 ile oyun oynama, % 56,7 ile bilgi arama, % 53,5 ile sosyal medya ağlarına katılma takip etmektedir. Bunların dışında çocukların bilgisayar ve cep telefonu gibi medya araçlarını kullanma gerekçeleri arasında yine internet önemli bir orana sahiptir. Bu sonuçları başka çalışmaların (ASAGEM, 200; RTÜK, 2013) da desteklediği ileri sürülebilir. Yorumlayıcı bir bakış açısıyla bu oranların giderek artacağı; konuşma, mesajlaşma, oyun oynama vb. faaliyetlerin de giderek daha fazla internet tabanına kaydığı düşünüldüğünde yakın gelecekte internetin birincil medya ortamına dönüşebileceği kolaylıkla ifade edilebilecektir. İnternet kullanımının çocuklar nezdinde getirdiği riskler, vakit kaybı, yanlış bilgi paylaşımı, ailece takibin zorluğu, asosyal yaşam, kötü içeriklerin psikolojik etkileri ve bağımlılık olarak özetlenebilecektir.
- **Sosyal Medya:** İnternet hizmetleriyle bağlantılı olan bir diğer ortam ise sosyal medyadır. TÜİK 2013 araştırması çocukların interneti ödev, oyun ve bilgiye erişimden sonra dördüncü sırada sosyal medya ağlarına katılmak için kullandıkları ortaya konulmuştur.
- **Bilgisayar:** Türkiye'de 6-15 yaş arası çocuklar ortalama 8 yaşında bilgisayar ile tanışmakta, yaklaşık 1/4'ünün kendi bilgisayarını bulundurmada ve yine % 60'ı bilgisayar kullanmaktadır.
- **Cep Telefonu:** Türkiye'de 6-15 yaş arasındaki çocuklar ortalama 10 yaşında cep telefonu kullanmaya başlamakta ve her dört çocuktan biri cep telefonu kullanmaktadır. Cep telefonu kullanım amaçları arasında ilk sırayı % 92,8 ile konuşma alırken, bunu % 66,8 ile oyun oynama, % 65,4 ile

mesajlaşma ve % 30,7 ile internete girmek takip etmektedir (TÜİK, 2013). Çocukların ve gençlerin cep telefonuna giderek daha fazla önem verdiği ve kullandığı farklı araştırmalarca da ortaya konulmuştur.

- **Video-Bilgisayar Oyunları:** Araştırmalarda çocukların gerek internet gerekse cep telefonu kullanma sebepleri arasında ikinci sırada “oyun oynamak” yer almaktadır. Başka çalışmalarda da çocukların yaklaşık 1/5’inin bilgisayarı en çok oyun amacıyla kullandıkları ve % 30’unun odasında video oyunları olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç çocuk medyası ile ilgili olarak bilgisayar oyunlarının önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Günümüzde çocuk oyunları denildiğinde daha çok bilgisayar ve video oyunlarının akla gelmesi; sokaklarda ve yaşıt-arkadaş çocuklarla oynanan oyunların ise artık “geleneksel çocuk oyunları” olarak adlandırılması değişimin algımıza yansması olarak değerlendirilebilir.
- **Basılı Medya (Gazete, dergi, kitap vb.):** Araştırmalara göre; 6-15 yaş grubundaki çocukların % 16,6’sı basılı ortamda gazete, % 15,8’i dergi okumaktadır. Yine bu yaş grubundaki çocukların % 19,1’i gazeteyi, % 14,3’ü dergiyi hemen her gün okurken, % 10,3’ü gazeteyi, % 16,3’ü dergiyi iki üç ayda bir okumaktadır. 6-15 yaş grubundaki çocuklar gazetede en çok % 40,9 ile TV, magazin, eğlence yazılarını, dergilerde ise % 42,2 ile çocuk dergilerini okumaktadır. Türkiye Yayıncılar Birliği ve Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu gibi kuruluşların basın açıklamalarına bakıldığında ise Türkiye’de çocuk kitaplarında ciddi bir artışın olduğu gözlenmekte ve hatta sektörün itici gücünü gençlere ve çocuklara yönelik yayınların oluşturduğu dile getirilmektedir.
- **Radyo ve Müzik:** RTÜK (2013) tarafından yapılan araştırmada radyonun çocuklar tarafından son sıralarda tercih edilen bir medya aracı olduğu görülmektedir. Müzik ile ilgilenme konusunda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır.
- **Diğer Çocuk Medyaları:** Çocuk sineması, animasyon filmler, karikatürler, fotoğraflar, afişler, broşürler, reklam panoları, sabit telefonlar, kameralar vb.

medya araç, ürün ve içerikleri de mevcut durum açısından dikkate alınmalıdır.

Sıralanan veriler ışığında gözlemlenen sonuçları değerlendirmek açısından

“Erzurum İli Örneğinde İlkokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Farkındalığı Üzerine Bir İnceleme” başlıklı bu tez çalışması kapsamında yürütülen alan araştırmasından elde edilen sonuçları birkaç başlık altında toplamak mümkündür:

- Araştırma grubu cinsiyet olarak dengeli bir dağılım (kız öğrenci sayısı 174, erkek öğrenci sayısı 168’dir.) göstermekte olup; öğrencilerin yaş ortalaması 9’dur. Araştırma yapılacak okullar ve öğrenciler basit rastlantısal olarak seçilmiş, 1., 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin araştırmaya katılımı sağlanmıştır.
- Araştırma grubunun günlük televizyon izleme süresi 1 ile 9 saat olarak değişim göstermekle birlikte, ağırlıklı olarak televizyon izleme süresinin 1 ile 4 saat arasında dağılım gösterdiği gözlemlenmiştir. Araştırma grubunun yaş ve eğitim durumu göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin % 53’ünün çizgi film izlemekten zevk aldığı bulgulanmıştır. Çizgi filmin yanı sıra dizi filmler (% 15,19), yarışma programları (% 3,50) ve spor programlarının (% 2,92) izlendiği gözlemlenmektedir.
- Araştırma grubunu oluşturan 342 öğrenciden 233’ü (% 68) evinde bilgisayara sahip olup; bu grubun % 93,99’unun da internet bağlantısı bulunmaktadır. Bilgisayar ve internet bağlantısı bulunmayanlar ise bu araca aşına olup, genelde farklı ortamlarda internete erişmektedirler. Öğrencilerin önemli bir kısmı (% 72,16) interneti oyun oynamak amacıyla tercih ettiğini ifade ederken; kullanan öğrenciler ağırlıklı olarak bu ortamda oyun oynamakta ve % 45.28’i ödev yapmak veya araştırma yapmak için internete başvurmaktadır. Öğrencilerden haberleşmek veya sosyal ağa girmek amacıyla interneti kullananların oranı ise sadece % 3,48 olarak bulgulanmıştır.
- Alan araştırmasına katılan öğrencilerin % 27’sinin Facebook sayfası bulunmakta, % 6’sı Twitter kullanmakta olup, oran oldukça düşüktür.

- Araştırma grubunun cep telefonu sahiplik oranı oldukça düşüktür (% 9). Cep telefonu sahibi olanlar da genellikle ailelerini, akrabalarını ve arkadaşlarını aramak için bu aracı kullanmaktadırlar.
- Kitle iletişim aracı sahipliğinde cinsiyete göre farklılık olup olmadığına bakıldığında televizyon sahipliğinde (kız öğrencilerin % 98,21'i ve erkek öğrencilerin % 99,42'si), bilgisayar sahipliğinde (kız öğrencilerin % 68,45'i ve erkek öğrencilerin % 67,81'i), cep telefonu sahipliğinde (kız öğrencilerin % 7,14'ü ve erkek öğrencilerin % 9,77'si) herhangi bir farklılık bulunmadığı gözlenmiştir.
- Araştırma grubunun ikamet ettiği bölge/yer bağlamında yapılan değerlendirmede televizyon sahipliği ve kullanımı açısından herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır. Kırsal ya da kent bağlamında bakıldığında araştırma grubunun tamamına yakının (kentte % 99,60 ve kırsalda % 96,70) evinde televizyon bulunmakta ve televizyon izlenmektedir. Bu da geleneksel medya olarak televizyonun tüm toplum kesiminde yaygınlık kazanmış olduğunun bir göstergesidir. Bilgisayar sahipliği ve kullanımı bağlamında yaşanan bölge açısından önemli farklılıklar bulunmaktadır. Kentte yaşayanların % 88,84'ü bilgisayar sahibi iken, kırsalda yaşayanların sadece % 10,98'inin evinde bilgisayar bulunmaktadır. Bu durum, sosyo-ekonomik açıdan farklılıkların bilgisayar sahipliği ve kullanımı açısından önemli farklılıklar açığa çıkardığını göstermektedir. Benzer bir durum cep telefonu kullanımı açısından da geçerlidir. Zaten ilkökul öğrencileri çerçevesinde düşük düzeyde kullanımı bulunan cep telefonuna ilişkin bulgu şu şekildedir: Kentte yaşayan öğrencilerden % 10,75'i, kırsalda yaşayan öğrencilerden ise 2,19'u cep telefonu sahibidir. Sonuçlar, eğitim alınan okulların bulundukları bölgeler açısından ele alındığında da benzerlik sergilemektedir. Merkez ilçede yer alan okullarda eğitim alanların % 82,75'i; çevre ilçede yer alan okullarda eğitim alanların ise yalnızca % 36,69'u internet kullanmaktadır.
- Araştırma grubunun eğitim almakta olduğu sınıf düzeyine göre kitle iletişim aracı sahipliği ve kullanımına bakıldığında ortaya çıkan sonuç, yaş ve eğitim

düzeyi arttıkça öğrencilerin farkındalıklarının arttığı yönünde gözlemlenmektedir.

Erzurum ili kapsamında ilkokul öğrencileri üzerinde yapılan alan araştırması da göstermektedir ki, sosyal medya farkındalığı çok küçük yaşlara ve eğitimin başlangıç düzeyine değin inmektedir. Medyanın insan yaşamının her anına sızdığı göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya farkındalığı ve kullanımı da erken yaşlara değin inmektedir. Kullanım açısından alışkanlıklar ise bireyin fiziksel ve zihinsel gelişimine paralellik göstermektedir. Televizyon geleneksel medya olmakla birlikte sosyal medyadan bağımsız düşünülemez. Televizyonda sunulan içerik, sosyal medyada ya doğrudan paylaşılmakta ya da yeniden yeniden üretilmektedir. İçeriğin dönüşmesi sosyal medyada çok hızlı olmakta, paylaşılan her bir içerik kullanıcılarca yeniden değerlendirilmektedir. Sosyal medyaya başvurmak kadar televizyon izlemek de araştırma grubunun önemli bir zaman dilimini kapsamaktadır. Televizyonda izlenen içeriğin çizgi film ve dizi ağırlıklı olması da deneklerin yaşlarına bağlı bir ilgiye işaret etmektedir. Bölgesel farklılıklar olmakla birlikte televizyon izleme alışkanlığında anlamlı bir farklılık bulunmaması, bu araç sayesinde sosyal medya hakkında dolaylı da olsa bilgi sahibi olunabileceğini göstermektedir.

Bilgisayar sahipliği ve kullanımı arasındaki oransal farklılık, temelde bilgisayar kullanımının evle sınırlı olmadığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Çocuklar (burada denek olarak anket uygulanan öğrenciler kastedilmektedir) sadece evlerinde bilgisayar kullanmamakta, aynı zamanda eğitim almakta oldukları okullarında ya da internet kafelerde bilgisayar başında zaman geçirme yoluna gitmektedirler. Burada üzerinde durulması gereken bir diğer konu da öğrencilerin bilgisayarı ödev yapmak, yani eğitim amaçlı kullanımlarının söz konusu olmasıdır. Teknoloji tabanlı eğitimin Milli Eğitim Bakanlığı tarafından desteklendiği de göz önünde bulundurulduğunda eğitimde yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı kaçınılmaz görünmektedir. Öğrencilerin eğitim süreçlerinde ilerleyen yıllarda bilgisayara daha sık başvurulacağı önemli bir gerçekliktir. Eğitim politikaları da bu yönde dönüşüm sergilemekte olup; öğrencilerin bilgisayarla geçirecekleri zaman aralığının artması beklenmektedir.

Yaşları itibariyle araştırmaya dahil edilen öğrencilerin Facebook ve Twitter kullanım düzeyleri oldukça düşük saptanmıştır. Ancak ilerleyen dönemlerde bu sosyal

ağları sıklıkla kullanacakları gerçeği yadsınamaz. Sosyal medyanın insanların etkileşim araçlarının başında gelmesi, bu ve benzeri sosyal ağlara duyulan ilgiyi giderek artırmaktadır.

Cep telefonu sahipliğine dönük oran da oldukça düşük olmakla beraber cep telefonunun ailelere de desteklenen bir iletişim aracı olması, her geçen yıl bu aracın çok daha küçük yaşta çocukların kullanımına sunulmasına neden olmaktadır. Cep telefonu, temel iletişim aracı olmasının yanı sıra internet bağlantısı kurulabilmesi, oyunlar yüklenebilmesi ve birçok fonksiyonu barındırması nedeniyle sadece iletişim aracı olarak kullanılmaktan çok uzaktır.

Kitle iletişim araçları sahipliğinde bakıldığında araştırmada cinsiyet farklılığına rastlanmamıştır. Kızlar ve erkekler bu araçları kullanma noktasında anlamlı bir farklılık sergilememektedirler. Yaşanılan bölge ya da ikamet edilen yer esaslı bir analiz ise çeşitli farklılıklar ortaya koymaktadır. Bilgisayar, cep telefonu sahipliği ve internet kullanımı çerçevesinde kent/kır farklılaşması söz konusudur. Bunun temelinde sosyo-ekonomik nedenler aranabilecektir. Gelir durumu ve eğitim koşullarındaki farklılıklar sosyal medya farkındalığı ya da kullanımı açısından farklı sonuçlar açığa çıkarmaktadır.

Sonuç olarak ifade etmek gerekirse sosyal medya yoluyla öğrenimdeki dönüşüm için gerekli olan unsurlar, enformasyon alımına yönelik eleştirel becerilerin gelişimi ve eşler arası üretim ile görüş alışverişine dönük bir ortam olarak, gerçek veya sanal sosyal ağları kullanma becerisidir (Pischetola, 2014:339). Sahiplik kadar araç tarafından sunulan içeriği sorgulama yani aktif kullanıcı olma becerisi kazanma önemli bir gereklilik olarak karşımızda durmaktadır. Çok farklı forumlar etrafında fikirler geliştiren bireyler sosyal medya aracılığıyla karşılıklı etkileşimde bulunurken, aracın sağladığı olanaklar çerçevesinde veri aktarımında bulunmakta (Edosomwan, vd., 2011); içeriği sorgulamaya dönük çaba ise çoğu zaman göz ardı edilmektedir.

## KAYNAKLAR

- Abbate, J. (2010). “İnternetin Popülerleşmesi”. s. 472-479. içinde İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum. Der. David Crowley ve Paul Heyer. Çev. Berkay Ersöz. Ankara: Phoenix.
- Aksoy, H. H. (2005). “Medya ve Bilgisayar Teknolojisinin Eğitimde Kullanımının Etkileri Üzerine Eleştirel Görüşler”. Eğitim Bilim Toplum. s. 54-67.  
[http://education.ankara.edu.tr/~aksoy/yayinlar/aksoy\\_dystopias.pdf](http://education.ankara.edu.tr/~aksoy/yayinlar/aksoy_dystopias.pdf)
- Aksoy, H. H. (2003). “Eğitim Kurumlarında Teknoloji Kullanımı ve Etkilerine İlişkin Bir Çözümleme”. Eğitim Bilim Toplum. Güz 2003, s. 4-23.  
[http://education.ankara.edu.tr/~aksoy/teknoloji/teknoloji\\_aksoy.doc](http://education.ankara.edu.tr/~aksoy/teknoloji/teknoloji_aksoy.doc)
- Aktan, C.C. ve Tunç, M. (1998). “Bilgi Toplumu ve Türkiye”. *Yeni Türkiye Dergisi*. S. Ocak-Şubat. s.118-134.
- Akyazı, E. ve Aslan, P. (2013). “Halkla İlişkiler Uygulamaları Açısından Sosyal Medya”. s. 177-202. içinde Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 1: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler. Ed. Can Bilgili ve Gülüm Şener. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Alıcıgüzel, İ. (1998). Çağdaş Okulda Eğitim ve Öğretim. Ankara: Sistem.
- Alkan, C. (1977). Eğitim Teknolojisi. Ankara: Yargıçoğlu Matbaası.
- Altan, M. Z. (1999). “Çoklu Zeka Kuramı”. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. Cilt 5. Sayı 1. s.1-13
- Altıntaş, E. ve Kaya, N. (2001). Psikolojik Danışma ve Rehberlik (PDR) Araştırmalarında Bilgisayar Kullanımı. Ankara: Nobel.
- Altıparmak, M., Kurt, İ. D. ve Kapıdere, M. (2011). “E-Öğrenme ve Uzaktan Eğitimde Açık Kaynak Kodlu Öğrenme Yönetim Sistemleri”. *Akademik Bilişim '11. XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. 2-4 Şubat 2011. s. 319-327. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Asimov, A. (2006). Bilim ve Buluşlar Tarihi. Çev. Elif Topçugil. Ankara: İmge.
- Aşkın, D. (2014). “Sanal Mekan, Gözetim ve İktidar: Facebook Sosyal Paylaşım Ağı Örneği”. *I. Ulusal İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi. Bildiriler Kitabı*. Kocaeli. s. 222-230.

- Atabek, Ü. (2003). “İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya için Olanaklar”. s. 55-84. içinde Habercinin El Kitabı: Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. Der. Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Basalla, G. (2000). Teknolojinin Evrimi. Çev. Cem Soydemir. Ankara: TÜBİTAK.
- Başaran, F. (2005). “Ağ Ekonomisi ve İnternet”. s. 237-258. İçinde İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet. Der. Funda Başaran ve Haluk Geray. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Başsoy, A. İ. (2011). “Haberleşim Çağında Galeyan”. *Birikim*. Aralık 2011. Sayı 272. s. 53-61.
- Bat, M. ve Akıncı Vural, Z. B. (2014). “Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Medyanın Genel Çerçevesi”. s. 100-126. içinde Dijital Panorama: Bilgi İletişim Teknolojilerinde Son Gündem. Ed. Z. Beril Akıncı Vural. Ankara: Ütopya.
- Bates, A. W. (2002). Managing Technological Change: Strategies for College and Universities. San Francisco: CA: Jossey Bass Inc.
- Baytekin, Ç. (2004). “Bilgisayar Destekli Eğitimde Bezetim (Simülasyon) Yöntemi”. s.1003-1021. içinde XII. *Eğitim Bilimleri Kongresi Bildiriler Kitabı*. Cilt II. ISBN: 507-114-8 (Tk.) 507-116-4 (Cilt II).
- Beniger, J. (2010). “Kontrol Devrimi”. s.442-455. içinde İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum. Der. David Crowley ve Paul Heyer. Çev. Berkay Ersöz. Ankara: Phoenix.
- Binark, M. (2014). “Giriş”. s.15-25. içinde Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri. Der. Mutlu Binark. İstanbul: Ayrıntı.
- Binark, M. (2007). “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu”. s. 21-45. içinde Yeni Medya Çalışmaları. Der. Mutlu Binark. Ankara: Dipnot.
- Bingöl, H. (1999). “Eğitim ve Bilgisayar Destekli Eğitim: Nasıl Bir Yeniden Yapılanma?”. *Cumhuriyet Bilim Teknik*. 22 Temmuz 1999. s.4-5, 21. <http://www.meraklisina.com.tr/paper/BDEReengineering/indexPaper.htm>
- Boyd, D. M. and Ellison, N. B. (2007). “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol13. Issue1. Article 11. URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> [Erişim Tarihi: 11.07.2013].
- Bourse, M. ve Yücel, H. (2012). İletişim Bilimlerinin Serüveni. İstanbul: Ayrıntı.

- Bozkurt, V. (1996). Enformasyon Toplumu ve Türkiye. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Brown, A. (2008). "Educational Uses of Facebook". *Paper Presented at Conference on Information Technology in Salt Lake City*. Utah.URL:  
<http://cit.ccu.edu/mat/t/t26.pdf> [Erişim Tarihi: 10.05.2013].
- Bulunmaz, B. (2013). "Postmodern Dünyanın Gerçeküstü Mekanları: Sosyal Paylaşım Siteleri". s. 13-37. içinde Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 1: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler. Ed. Can Bilgili ve Gülüm Şener. İstanbul: RYD.
- Bülbül, A. R. (2000). Uluslararası İletişim. Konya: Damla Ofset.
- Candy, P. C. (2003) "Lifelong Learning and Information Literacy". Report for U.S. National Commission on Libraries and Information Science and National Forum on Information Literacy. URL:  
<http://www.ncelis.gov/libinter/infolitconf&meet/papers/candy-fullpaper.pdf>  
 [Erişim Tarihi: 10.02.2012].
- Carracio, C., Wolfsthal, S. D., Englander, R., Ferentz, K. and Martin, C. (2002). "Shifting Paradigms: From Flexner to Competencies". *Academic Medicine*. 77(5). s. 361-367.
- Castells, M. (2012). "Ağ Toplumunda İletişim, İktidar ve Karşı-İktidar". s. 13-45. içinde Yeni Medya Üzerine: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Çev. Tülin Sepetçi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2003). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplumu'nun Yükselişi. Birinci Cilt. Çev. Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cheng, Y. C. (2002). New Paradigm of Borderless Education: Challenges, Strategies and Implications for Effective Education through Localization and Internationalization. <http://home.ied.edu.hk/~yccheng/doc/speeches/14-16oct02.pdf> [Erişim Tarihi: 12.12.2009].
- Christakis, N. A. ve Fowler, J. H. (2012). Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü ve Yaşantımızı Biçimlendiren Etkisi. Çev. Derya Yüksel. İstanbul: Varlık.
- CISCO. (2008). Equipping Every Learner for the 21st Century. Cisco Systems Inc.
- Conole, G. and Culver J. (2010). "The Design of Cloudworks: Applying Social Networking Practice to Foster the Exchange of Learning and Teaching Ideas and Designs". *Computers & Education*, Vol. 54.pp. 679-692.

- Cuevas, A. ve Kohle, F. (2014). “Sosyal Medya: Öğretme ve Öğrenme Yollarımızın Değişimi”. s. 358-375. içinde Sosyal Medya Devrimi. Çev. Akın Emre Pilgir. İstanbul: Su Yayınları.
- Çoban, B. (2014). “Sosyal Medya Devrimi”. s.9-21. içinde Sosyal Medya Devrimi. Haz. Barış Çoban. İstanbul: Su.
- Çolakoğlu, J. (2002). “Yaşam Boyu Öğrenmede Motivasyonun Önemi”. *Milli Eğitim Dergisi*. Yaz-Güz. s.155-156.
- Dewing, M. (2010). Social Media: An Introduction. Publication No: 2010-03-E. Ottawa, Canada, Library of Parliament.
- Drucker, P. F. (1998). Gelecek İçin Yönetim. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Duek, C. ve Tourn, G. (2014). “Sosyal Medya: Eğitimin Dönüşümü”. s. 340-357. içinde Sosyal Medya Devrimi. Çev. Akın Emre Pilgir. İstanbul: Su.
- Dursun, Ç. (2013). İletişim Kuram Kritik. Ankara: İmge.
- Edosomwan, S., Kalangot Prakasan, S., Kouame, D., Watson, J. and Seymour, T. (2011). “The History of Social Media and its Impact on Business”. The Journal of Applied Management and Entrepreneurship. Vol. 16. No. 3.
- Erbaşlar, G. (2013). Sosyal Medyada Mısın? Asosyal Medyada Mısın? Ankara: Nobel.
- Erdal, C. (2013). “Sosyal Medya ve ‘Paylaşım Kültürü’”. s. 55-66. içinde Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 2: Kültür, Kimlik, Siyaset. Ed. Can Bilgili ve Gülüm Şener. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Erdamar, G. (2007). “Yaşam Boyu Öğrenme”. s. 213-231. içinde Eğitimde Yeni Yönelimler. (ed.) Özcan Demirel. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Erdoğan, F. (2004). “Yeni Eğitim Teknolojilerinin Eğitim Programlarında Kullanılmasına İlişkin Bir Çalışma”. s.1107-1132. içinde *XII. Eğitim Bilimleri Kongresi Bildiriler Kitabı*. Cilt II. ISBN: 507-114-8 (Tk.) 507-116-4 (Cilt II).
- Erdoğan, İ. (2002). İletişimi Anlamak. Ankara: Erk.
- Erkayhan, Ş. (2013). “Küresel Yerel Ölçekte Ağ Kültürü ve Sosyal Medya”. s. 13-37. içinde Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 2: Kültür, Kimlik, Siyaset. Ed. Can Bilgili ve Gülüm Şener. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Ersoy, A. ve Yılmaz, B. (2009). “Yaşam Boyu Öğrenme ve Türkiye’de Halk Kütüphaneleri”. *Türk Kütüphaneciliği*. 23. 4. s.803-834.

- Fang, R. J., Chang, Y. S., Lin, C. C., Tsai, H. L., Lee, C. J., Wang, P. and Li, D. H. (2008). "Web-Based Self-Directed Learning Environment and Online Learning Apply on Education". *WSEAS Transactions on Advances in Engineering Education*. June 2008. Issue 6. Volume 5. pp. 417-426.
- Geray, H. (2005). "İletişim Ağları ve Masaüstü Sömürgecilik". s. 179-203. İçinde İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet. Der. Funda Başaran ve Haluk Geray. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji. Ankara: Ütopya.
- Geray, H. (1994). Yeni İletişim Teknolojileri. Ankara: Kılıçaslan Matbaacılık.
- Goad, R. (2009). "Twitter Sending Traffic to Online Media Sites, but not Online Retailers". [http://weblogs.hitwise.com/robin-goad/2009/06/twitter\\_sending\\_traffic\\_to\\_online\\_media\\_but\\_not\\_retail.html](http://weblogs.hitwise.com/robin-goad/2009/06/twitter_sending_traffic_to_online_media_but_not_retail.html) [Erişim Tarihi: 07.03.2013].
- Gonzales, L. and Vodicka, D. (2010). "Top Ten Internet Resources for Educators". Leadership. pp. 32-37.
- Güçdemir, Y. (2012). Sanal Ortamda İletişim: Bir Halkla İlişkiler Perspektifi. İstanbul.
- Güçlü Yavuzcan, H. ve Erden, O. (2004). "Çağdaş Teknoloji Eğitimi Modeli ve Bu Modele Uygun Bilgisayar Destekli Öğretim Materyalleri Geliştirilmesi". s.1219-1234. içinde *XII. Eğitim Bilimleri Kongresi Bildiriler Kitabı*. Cilt II. ISBN: 507-114-8 (Tk.) 507-116-4 (Cilt II).
- Gülez, K. (1998). "Uzaktan Eğitim Dergisi". ISSN 1301-336. Uzaktan Eğitim Vakfı Yay. Kış, s. 22-25.
- Güngör, N. (2011). İletişime Giriş. Ankara: Siyasal.
- Hamelink, C. J. (1991). "Enformasyon Devriminden Sonra Yaşam Sürece mi?". s.11-32. içinde Enformasyon Devrimi Efsanesi. Der. Yusuf Kaplan. İstanbul: Rey Yayınları.
- Hamid, S., Chang, S. and Kurnia, S. (2009). "Identifying the Use of Online Social Networking in Higher Education In Same Places, Different Spaces". Proceedings Ascilite Auckland. URL: <http://www.ascilite.org.au/conferences/auckland09/procs/hamid-poster.pdf> [Erişim Tarihi: 04.02.2013].

- Hampton, K. N., Sessions Goulet, L., Rainie, L. and Purcell, K. (2011). Social Networking Sites and Our Lives. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Washington, D.C.
- Haverback, H. R. (2009). "Facebook: Uncharted Territory in a Reading Education Classroom". Reading Today. pp. 34.
- Headrick, D. R. (2002). Enformasyon Çağı: Akıl ve Devrim Çağında Bilgi Teknolojileri (1700-1850). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Hızal, A. (1998). Bilgisayar Eğitimi ve Bilgisayar Destekli Öğretime İlişkin Öğretmen Görüşlerinin Değerlendirilmesi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:338.
- Huitt, W.G. (1995). Success in the Information Age: A Paradigm Shift.  
<http://chiron.valdosta.edu/whuitt/col/context/infoage.html> [Erişim Tarihi: 10.12.2009].
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). Türkiye ve Sosyal Medya. İstanbul: OkuyanUs.
- İşman, A., Gümüş, A. ve Dabaj, F. (2004). "İletişim Eğitiminde İnternet Bağımlılığı". s.1039-1049. içinde *XII. Eğitim Bilimleri Kongresi Bildiriler Kitabı*. Cilt II. ISBN: 507-114-8 (Tk.) 507-116-4 (Cilt II).
- Java, A., Song, X., Finin, T. and Tseng, B. (2007). "Why WeTwitter: Understanding Micro-Blogging Usage and Communities". *Proceedings of the 9th WebKDD and Ist SNA-KDD 2007 Workshop*.
- Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K. and Chew, E. (2010). "Getout of MySpace!" *Computers & Education*. Vol. 54. pp. 776-782.
- Kahraman, M. (2010). Sosyal Medya 101. İstanbul: MediaCat.
- Kaplan, A. B. (2013). "Modern İnsanın İnternet Üzerindeki Psikososyal Davranışları Üzerine Kuramsal Bir Karşılaştırma". s. 39-53. içinde Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 2: Kültür, Kimlik, Siyaset. Ed. Can Bilgili ve Gülüm Şener. İstanbul: RYD.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons*. 53(1): 59-68.
- Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi: İnsan, Toplum, Ekonomi. İstanbul: Beta.
- Kılıç, S. (1998). "Bilgi Çağında Değişim". içinde *Yeni Türkiye*. 4(20). s.1080-1085.

- Koçer, S. ve Çetinkaya, A. (2014). “Sosyal Medyanın Ekonomisi: Youtube, Facebook, Twitter ve Google’ın İncelenmesi”. *I. Ulusal İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi. Bildiriler Kitabı*. Kocaeli. s.694-724.
- Kohle, F. (2014). “Sosyal Medya Aklının Kötüye Kullanımı: Medya Üreticileri ve Eğitimciler için Öneriler”. s. 376-384. içinde Sosyal Medya Devrimi. Çev. Akın Emre Pilgir. İstanbul: Su Yayınları.
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J. and Hooley, T. (2007). “Facebook, Social Integration and Informal Learning at University: ‘It is More for Socialising and Talking to Friends about Work than for Actually Doing Work’”. *Learning, Media and Technology*. Vol. 34. Issue 2. pp. 141-155.
- Mattelart, A. (2004). Bilgi Toplumunun Tarihi. Çev. Halime Sezgin. İstanbul: İletişim.
- Mattelart, A. (1994). Mapping World Communication. Mineapolis: University of Minnesota Press.
- McKenzie, J. (2001). “How Teachers Learn Technology Best”. *Educational Technology Journal*. 10 (6). s.1-14.
- McNeill, W. H. (2004). Dünya Tarihi. Çev. Alâeddin Şenel. Ankara: İmge.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997). Kitle İletişim Modelleri. Çev. Konca Yumlu. Ankara: İmge.
- Messner, K. (2009). “Pleased to Tweet You”. *School Library Journal*. pp. 44-47.
- Moody, M. (2012). “Twitter ve Ötesini Öğretmek: Sosyal Medyayı Geleneksel Derslerle Bütünleştirmenin İpuçları”. s. 166-176. içinde Yeni Medya Üzerine: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Çev. Oya Tan. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Muñoz, C. L. and Towner, T. L. (2009). “Opening Facebook: How to Use Facebook in the College Classroom”. Paper presented at Society for Information Technology and Teacher Education conference in Charleston, South Carolina, 2009. URL: <http://www46.homepage.villanova.edu/john.immerwahr/TP101/Facebook.pdf> [Erişim Tarihi: 11.07.2013].
- Murray, C. (2008). “Schools and Social Networking: Fear or Education?”. *Synergy Perspectives: Local*. Vol. 6. Issue 1. pp. 8-12.

- Numanoğlu, G.(1999). “Bilgi Toplumu-Eğitim-Yeni Kimlikler-II: Bilgi Toplumu ve Eğitimde Yeni Kimlikler”. *AÜ Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 32 (1). s.340-350.
- Oktik, N. (2013). “Sosyal Kontrol, Çocuk ve İnternet”. s. 297-309 içinde *1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı Cilt 1*. (Yay. Haz.) H. Yavuzer ve M. R. Şirin. Ankara: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Orhaner, E. ve Tunç Hussein, A. (2007). *Özel Öğretim Yöntemleri*. Ankara: Siyasal.
- Öz, R. “*İnternet Destekli Makine Mühendisliği Eğitimi*”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum 2002.
- Özdemir, Ö. (2005). “İnternetin Ticarileştirilmesi ve Uluslararası Veri Akışları”. s. 205-235. içinde *İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet*. Der. Funda Başaran ve Haluk Geray. Ankara: Siyasal.
- Özden, M. Y. vd. (2003). “Teknoloji ve Eğitim: Ülke Deneyimleri ve Türkiye için Dersler III”. *Türkiye’de İnternet Kullanımı Sempozyumu*, Bildiri No: 22A2.
- Özsoy, O. (2005). *Etkin Öğrenci, Etkin Öğretmen, Etkin Eğitim*, İstanbul: Hayat.
- Özutku, F., Çapur, H., Sığın, İ., İlter, K., Küçükyılmaz, M. M. ve Arı, Y. (2014). *Sosyal Medyanın ABC’si*. İstanbul: Alfa.
- Pasachoff, N. (2003). *Alexander Graham Bell: Bağlantı Kurmak*. Ankara: TÜBİTAK.
- Peluchette, J. and Karl, K. (2010). “ExaminingStudents’ Intended Image on Facebook: “WhatWereThey Thinking?!” *Journal of Educationfor Business*. Vol. 85.pp. 30-37.
- Pischetola, M. (2014). “Eğitimde Sosyal Medya: Toplumsal İçermenin ve Ortak Öğrenmenin Temel Kaynakları”. s. 319-339. içinde *Sosyal Medya Devrimi*. Çev. Akın Emre Pilgir. İstanbul: Su.
- Rogers, D. L. (2000). “A Paradigm Shift: Technology Integration for Higher Education in the New Millennium”. *Educational Technology Review*. 13. s.19-27.
- Rometty, V. (2013). *Akıllı İşletmelerin Yılı. 2014’de Dünya*. İstanbul: The Economist Türkiye.
- Saban, A. (2004). *Öğrenme, Öğretme Süreci: Yeni Teori ve Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel.
- Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal Medya Savaşları*. İstanbul: Hayat.

- Schwartz Cowen, R. (2010). “Elektroniğin Toplumsal Gelişimi”. s.456-466. içinde İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum. Der. David Crowley ve Paul Heyer. Çev. Berkay Ersöz. Ankara: Phoenix.
- Sıddiki, A. D. (1994). “Eğitim ve İletişim Teknolojisinde Temel Meseleler” *İslami Sosyal Bilgiler Dergisi*. Cilt 2. Sayı 1. İnkılap Yay. s: 9-23.
- Stegbauer, C. and Jäckel, M. (2008). “Social Software – Herausforderungen für die mediensoziologische Forschung”. in Stegbauer, C. und Jäckel, M. (Hrsg.). Social Software. Formen der Kooperation in Computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden.
- Sütçü, C. S. (2012). “Sosyal Medyaya Girmeden Önce Bilinmesi Gerekenler”. s.74-89. içinde Yeni Medya ve. Ed. Deniz Yengin. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Şahan, H. H. (2007). “İnternet Tabanlı Öğrenme”. s. 233-244. içinde Eğitimde Yeni Yönelimler. (ed.) Özcan Demirel. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Şahin, M. C. (2009). “Yeni Binyılın Öğrencilerinin Özellikleri”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 9(2). s.155-172.
- TBMM. (2012). Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilişim Sektöründeki Gelişmeler ile İnternet Kullanımının Başta Çocuklar, Gençler ve Aile Yapısı Üzerinde Olmak Üzere Sosyal Etkilerinin Araştırılması Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu Raporu. Haziran 2012.
- TÇMS. (2013). 1. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018. (Yay. Haz.) M. R. Şirin, N. Oktay ve A. Altun. Ankara: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Tellan, D. (2011). Çağdaş İletişim Teknolojileri. Yayımlanmamış Ders Notları. Erzurum. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Temizkan, Ö. ve Polat, E. (2013). “Çevrimiçi İletişim Çağında Kültürlerarasılık”. s. 163-189. içinde İletişim Okumaları: Disiplinlerarası Bir Alanın Kuramsal Uzamından Yansımalar. Ed. Ümit Arklan. Konya: Literatürk.
- Timisi, N. (2005). “Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi”. s. 89-105. içinde İnternet, Toplum, Kültür. Der. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay. Ankara: Epos.
- Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost.

- Tunçel, A. (2014). “Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Demokratik Siyaset”. s. 59-79. içinde Yeni Medya: Pratikler Olanaklar. Ed. Emel Baştürk Akça. Kocaeli Üniversitesi Umuttepe Yayınları.
- Uline, C. L. vd. (1998). “School Effectiveness: The Underlying Dimensions”. *Educational Administration Quarterly*. 34(4). s.124-136.
- Uşun, S. (1997).“Uzaktan Eğitimde Bilgisayar Teknolojisi”.*Çağdaş Eğitim Dergisi*. C.233. s. 41.
- Varol, A. (1998). “İnternete Genel Bakış”. *Uzaktan Eğitim Dergisi*. ISSN 1301-336. Uzaktan Eğitim Vakfı Yay. Kış.s.10-16.
- Yağlı, F. (2014). “Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Bir Dünya Tasarımı: Ütopyan ve Distopyan Düşünce de Gündelik Hayatın Dönüşümü”. s. 27-81. içinde Dijital Panorama: Bilgi İletişim Teknolojilerinde Son Gündem. Ed. Z. Beril Akıncı Vural. Ankara: Ütopya.
- Yurdakul, B. (2007). “Uzaktan Eğitim”. s. 259-276. içinde Eğitimde Yeni Yönelimler. (ed.) Özcan Demirel. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Yüzer, V., Yamamoto, G. T. ve Demiray, U. (Ed.) (2010). Türkiye’de E-Öğrenme Gelişmeler ve Uygulamalar. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

### İnternet Kaynakları

“Bilgisayar”

<http://www.asiamedia.ucla.edu/article.asp?parentid=52164> [Erişim Tarihi: 13.01.2013].

“Bilgisayar”

<http://www.slideshare.net/moravec/society-3-0-presentation> [Erişim Tarihi: 15.01.2013].

“Bilgisayar”

<http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/digitalnation/interviews/turkle.html> [Erişim Tarihi: 14.01.2013].

“Bilgisayar” The Guardian. Bookreview: Evgeny Morozov- The net delusion, 2011.

<http://www.guardian.co.uk/books/2011/jan/09/net-delusion-morozov-review> [Erişim Tarihi: 13.01.2013].

“Bilgisayarın Tarihi”

<http://www.forumdas.net/bunlari-biliyormusunuz/bilgisayarın-tarihi-65660/> [Erişim Tarihi: 15.01.2013].

“E-Öğrenme”

<http://elearningtalks.com/2012/10/17/turkiyede-internetkullanan-cocuklar-eu-kids-online-odtu/> [Erişim Tarihi: 20.01.2014].

“E-Öğrenme”

<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20Online%20reports.aspx> [Erişim Tarihi: 24.04.2014].

“Facebook”

<http://www.digitalbuzzblog.com/facebook-statistics-facts-figures-for-2010/> [Erişim Tarihi: 16.01.2013].

“Facebook”

<http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/TR/>. [Erişim Tarihi: 16.01.2014].

“Facebook”

<http://www.istrategylabs.com/2010/01/facebook-demographics-and-statistics-report-2010-145-growth-in-1-year/> [Erişim Tarihi: 16.01.2014].

“Facebook”

<http://teknopara.blogcu.com/facebook-tarihi/8521265> [Erişim Tarihi: 16.01.2013].

“Facebook”

<http://www.gazetevatan.com/yeni-facebook-kullanici-sayilari-aciklandi-33438-galeri-teknoloji-fotogaleri/?Sayfa=12> [Erişim Tarihi: 16.05.2013].

“Facebook”

<http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/01/27/facebookta-avrupa-lideriyiz> [Erişim Tarihi: 16.05.2013].

“Facebook”

<http://www.nickburcher.com/2010/07/facebook-usage-statistics-by-country.html> [Erişim Tarihi: 16.05.2013].

“Facebook”

<http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/> [Erişim Tarihi: 16.05.2013].

“Facebook”

<http://royal.pingdom.com/2010/02/16/study-ages-of-social-network-users/> [Erişim Tarihi: 16.05.2013].

“Facebook”

<http://www.Facebook.com/press/info.php?statistics> [Erişim Tarihi: 16.05.2013].

“İnternet”

<http://yunus.hacettepe.edu.tr/~sadi/dersler/ebb/ebb467-guz2000/umut-p.html> [Erişim Tarihi: 14.01.2013].

“İnternet”

<http://www.alternatifbilisim.org> [Erişim Tarihi: 30.04.2014].

“Twitter”

<http://steve-wheeler.blogspot.com/2009/01/teaching-with-Twitter.html>. [Erişim Tarihi: 14.01.2013].

“Youtube”

<http://www.bilgiustam.com/youtubeun-tarihi-2005ten-gunumuze-youtube-seruveni/> [Erişim Tarihi: 15.01.2013].

## EKLER

## EK 1

**ERZURUM İLİ ÖRNEĞİNDE İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA FARKINDALIĞI  
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

*Bu veri toplama formu, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesinde yürüttüğüm Yüksek Lisans tez çalışmasının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, Erzurum ili örneğinde ilkokul öğrencilerinin sosyal medya farkındalığını ölçmektir. Yanlış veya doğru yanıt şeklinde bir değerlendirme kesinlikle yapılmayacaktır. **Doğru cevap katılımcının verdiği cevaptır.** Bu çalışmada önemli olan sizin kişisel gözlem ve görüşlerinizi yansıtmanızdır. Tüm cevaplar gizli tutulacaktır.*

**ÖĞRENCİNİN CİNSİYETİ** : KIZ [ ] ERKEK [ ]

**YAŞI** :  
**OKULUN ADI** :  
**SINIFI** :

Öğrenci nerede ikamet ediyor? : KÖY [ ] KENT [ ]  
 Öğrencinin babasının mesleği nedir? :  
 Öğrencinin annesinin mesleği nedir? :  
 Öğrencinin kaç kardeşi var? :

Öğrencinin evinde televizyon var mı? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci televizyon izliyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci televizyonu en sık hangi saatler arasında izliyor? :  
 Öğrenci televizyonda en çok hangi programları izliyor? :

Öğrencinin evinde bilgisayar var mı? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci bilgisayar kullanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci internetten yararlanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci interneti en çok hangi amaçla kullanıyor? :

Öğrencinin cep telefonu var mı? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci telefonuyla en çok kimleri arıyor? :  
 Öğrenci cep telefonunu hangi amaçlarla kullanıyor? :

Öğrenci ödevlerini yapmak için internet kullanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci dersleriyle ilgili kaynak bulmak için internetten yararlanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci oyun oynamak için internet kullanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrencinin velisi okulla ilgili bilgilere ulaşmak için internet kullanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci arkadaşlarıyla cep telefonundan mesajlaşıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci MSN kullanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci Facebook kullanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]  
 Öğrenci Twitter kullanıyor mu? : EVET [ ] HAYIR [ ]

**ÖZGEÇMİŞ**

|                         |                                          |
|-------------------------|------------------------------------------|
| <b>Kişisel Bilgiler</b> |                                          |
| Adı Soyadı              | Mine Batman                              |
| Doğum Yeri ve Tarihi    | Erzurum/1988                             |
| <b>Eğitim Durumu</b>    |                                          |
| Lisans Öğrenimi         | Atatürk Üniversitesi/ Sınıf Öğretmenliği |
| Y. Lisans Öğrenimi      |                                          |
| Doktora                 |                                          |
| Bildiği Yabancı Diller  | İngilizce                                |
| <b>İş Deneyimi</b>      |                                          |
| Çalıştığı Kurumlar      | Erzurum/Tortum .Atatürk İlkoklu          |
| <b>İletişim</b>         |                                          |
| E-Posta Adresi          | ak.min_88@hotmail.com                    |
| <b>Tarih</b>            | 23/07/2014                               |