

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
MATEMATİK VE FEN BİLİMLERİ EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
FEN BİLGİSİ EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ
FEN EĞİTİMİ İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Hacı Kubilay KİRAZ

Antalya,2022

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
MATEMATİK VE FEN BİLİMLERİ EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
FEN BİLGİSİ EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ
FEN EĞİTİMİ İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hacı Kubilay Kiraz

Prof. Dr. Hakan SERT

Antalya,2022

DOĞRULUK BEYAN FORMU

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı dűşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakalardan gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanımında alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım. Enstitű tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

... / ... / 2022
Hacı Kubilay KİR AZ

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Hacı Kubilay KİRAZ 'ın bu çalışması 24/12/2021 tarihinde jürimiz tarafından **Matematik Ve Fen Bilimleri Eğitimi** Ana Bilim Dalı **Fen Bilgisi Eğitimi** Tezli Yüksek Lisans Programında **Yüksek Lisans Tezi** olarak **oy birliği/oy çokluğu** ile kabul edilmiştir

İMZA

Başkan : Prof. Dr. Sait BULUT
Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölünü
Fen Bilgisi Eğitimi

Üye : Prof. Dr. Kadir BİLEN
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Eğitim Fakültesi Matematik ve Fen Bilgisi Eğitim
Bölüm Başkanı/Fen Bilgisi Eğitimi Ana Bilim Dalı Başkanı

Üye (Danışman) : Prof. Dr. Hakan SERT
Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölünü
Fen Bilgisi Eğitimi

YÜKSEK LİSANS TEZİNİN ADI: ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMININ FEN EĞİTİMİ İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

ONAY: Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulunun tarihli ve sayılı kararıyla kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Cengiz TOKER
Enstitü Müdürü

TEŞEKKÜR

Lisans ve yüksek lisans eğitim sürecinde danışmanlığımı üstlenerek destekleriyle çalışmamın tüm aşamalarında bilgi birikimi, öneri, anlayışı ve tecrübeleriyle bana her zaman rehber olan, her daim samimiyetini benden esirgemeyerek beni ilgiyle dinleyen ve eğitim hayatıma yön veren çok değerli sevgili danışmanım Prof. Dr. Hakan Sert'e teşekkür ediyorum.

Lisansüstü eğitimime başlama noktasında görüş ve önerileriyle destek bulduğum ayrıca çalışmamın uygulanması noktasında her zaman rehberliğini en yakından hissettiğim sevgili hocam Dr. Öğr. Üyesi Zafer Kiraz'a teşekkür ediyorum.

Araştırmamda ders ve uygulama dönemlerinde desteklerinden dolayı hocalarım Doç. Dr. Esmem Hacıeminoğlu ve Dr. Öğr. Üyesi Hakan Koğar'a teşekkür ediyorum

Lise , lisans ve lisansüstü eğitimlerini beraber tamamladığım her daim desteğini hissettiren arkadaşım Merve Öztürk Şallı'ya teşekkür ediyorum

Manevi desteğini her zaman yanımda hissettiğim, tez çalışmam boyunca her türlü sabır ve anlayışı göstererek zamanını bana ayıran, beni motive eden çok değerli arkadaşım Uzman Öğretmen Gülşah Coşkun'a teşekkür ediyorum

Lisans ve lisansüstü eğitimimde daima desteklerini hissettiğim Ufuk Kiraz ve Rezan Akgül Kiraz'a; Erdem Kiraz ve Naciye Çetin Kiraz'a teşekkür ediyorum.

Tüm hayatım boyunca maddi manevi destek olup, vermiş oldukları emeklerinden dolayı annem Fatma Kiraz, babam Muzaffer Kiraz ve kardeşim Berzan Kiraz'a minnetlerimi sunuyorum.

Son olarak hayatımın her anında yanımda olan yaşamış olduğum tüm başarılı anılarımda desteği olan sevgili arkadaşım Gözde Gencer' e teşekkür ediyorum.

ÖZET

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ FEN EĞİTİMİ İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

KİRAZ, Hacı Kubilay

Yüksek Lisans Tezi

Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Ana bilim Dalı

Fen Bilgisi Eğitimi Programı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Hakan SERT

Ocak 2022, (79) sayfa

Bu araştırmada ortaokul 7. ve 8.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanımının fen dersi eğitimin ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 2020-2021 eğitim öğretim yılı döneminde Antalya ve Tokat illerinde belirlenen okullarda ortaokul 7.sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında tarafsız bir şekilde seçilen örneklem grubuyla betimsel bir araştırma yapılmıştır. Bu amaçla ilgili illerden 7.sınıf düzeyinden 216 ve 8. sınıf düzeyinden 136, öğrenci araştırmada örneklem olarak kullanılmıştır. Pandemi şartlarında yüz yüze eğitimin olmaması sebebiyle çevrimiçi olarak Google form aracılığıyla öğrencilere kişisel bilgi formu ve 14 maddeden oluşan ‘Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği’ uygulanmıştır (Karal ve Kokoç, 2010). Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre sosyal ağ siteleri kullanım amacı ile ders notu arasında ‘sosyal etkileşim iletişim amaçlı kullanım’ ve ‘eğitim amaçlı kullanım’ alt faktör boyutunda anlamlı bir fark bulunurken ‘tanıma ve tanınma amaçlı’ alt faktör boyutunda bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. Sosyal medya aracılığıyla yapılan fen eğitiminden öğrencilerin memnun kaldığı tespit edilmiştir. Gelecek yıllarda sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal medyanın öğretmen veli öğrenci bağlamında etkin kullanımı noktasında verilecek eğitimler bireylerin daha bilinçli yetişmesine katkı sunabilir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal medya kullanımı, Fen eğitimi, WEB 2.0, Akademik başarı*

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP OF SOCIAL MEDIA USE AND SCIENCE EDUCATION IN SECONDARY STUDENTS

KİRAZ, Hacı Kubilay

Master Thesis

Department of Mathematics and Science Education

Science Education Program

Thesis Advisor: Professor Doctor Hakan SERT

January 2022, (79) pages

In this study, it was aimed to examine the relationship between the use of social media and science education of secondary school 7th and 8th grade students. In line with this purpose, it was carried out with 7th grade students in secondary school in the schools determined in Antalya and Tokat provinces in the 2020-2021 academic year. Within the scope of the research, a descriptive research was conducted with the sample group selected in an unbiased way. For this purpose, 216 students from the 7th grade and 136 students from the 8th grade from the relevant provinces were used as samples in the research. Due to the lack of face-to-face education in the pandemic conditions, a personal information form and the 14-item 'Social Network Sites Usage Purpose Scale' were applied to students online via Google form (Karal and Kokoç, 2010). According to the findings obtained as a result of the study, it was determined that while there was a significant difference between the purpose of using social networking sites and the course grade in the sub-factor dimension of 'use for social interaction, communication' and 'use for educational purposes', there was no difference in the sub-factor dimension of 'recognition and recognition'. It has been determined that students are satisfied with the science education provided through social media. In the coming years, trainings on social media literacy and the effective use of social media in the context of teachers and students may contribute to the raising of individuals more consciously.

Key Words: *Use Of Social Media, Science Education, WEB 2.0, Academic Achievement*

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR.....	ix

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1 Problem Durumu	1
1.2 Araştırmanın Amacı.....	5
1.3 Araştırmanın Önemi.....	5
1.4 Araştırmanın Problem Cümlesi ve Alt Problemler.....	6
1.5 Varsayımlar.....	6
1.6. Kapsam ve Sınırlılıklar.....	7
1.7. Tanımlar.....	7

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1 İnternet	8
2.2 Web 1.0.....	8
2.3 Web 2.0.....	9
2.4 Web 3.0.....	9
2.5 Web 4.0.....	10
2.6. Sosyal Medya.....	10
2.7. Geçmişten Günümüze Sosyal Medya.....	15
2.8 Sosyal Medya Türleri.....	17
2.8.1. Sosyal Ağlar.....	18

2.8.1.1.Friendster.....	18
2.8.1.2.MySpace	19
2.8.1.3.Facebook.....	19
2.8.1.4.Linkedin.....	19
2.8.2.Bloglar.....	20
2.8.3.Wikiler.....	20
2.8.4.Podcast.....	21
2.8.5.Forumlar.....	21
2.8.6.İçerik Toplulukları.....	22
2.8.6.1.Youtube.....	22
2.8.6.2.Flickr.....	22
2.8.6.3.Instagram.....	23
2.8.6.4.Foursquare.....	23
2.8.7.Microbloglar.....	24
2.8.7.1.Twitter.....	24
2.8.7.2.Tumblr.....	25
2.8.8.Diğer Araçlar.....	25
2.8.8.1.Whatsapp.....	25
2.9. Eğitim.....	26
2.10.Fen Eğitimi.....	27
2.11.Sosyal Medya ve Eğitim.....	28
2.12.İlgili Araştırmalar.....	30

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1 Araştırmanın Modeli	34
3.2 Örneklem.....	34
3.3 Veri Toplama Araçları.....	36
3.3.1 Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği.....	36
3.4 Verilerin Analizi.....	37

BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımına Ait Verileri.....	38
4.2 Araştırma Ölçeğine Ait Veriler.....	43

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1 Sonuç ve Tartışma.....	49
5.2 Öneriler.....	54

KAYNAKÇA	56
-----------------------	----

EKLER	69
--------------------	----

EK -1 SOSYAL AĞ SİTELERİ KULLANIM ÖLÇEĞİ	69
------------------------------------------------	----

EK- 2 ÖLÇEK DIŞI SORULAR.....	70
-------------------------------	----

EK -3 ÖLÇEK KULLANIM İZİNİ	72
----------------------------------	----

EK -4 TEZ ONAY İZİNİ	73
----------------------------	----

EK -5 VALİLİK İZİNİ	74
---------------------------	----

EK -6 ANTALYA İL MİLLİ EĞİTİM İZİNİ	75
-------------------------------------------	----

EK -7 TOKAT İL MİLLİ EĞİTİM İZİNİ.....	76
----------------------------------------	----

EK -8 BİLDİRİM SAYFASI.....	77
-----------------------------	----

ÖZGEÇMİŞ	78
-----------------------	----

İNTİHAL RAPORU	79
-----------------------------	----

TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımları.....	36
Tablo 3.2 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıfa Göre Dağılımı.....	36
Tablo 3.3 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bulunduğu Şehre Göre Dağılımları.....	36
Tablo 3.4 Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Ders Notu Aralığına Göre Dağılımı.....	37
Tablo 3.5 Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeğinin Boyutları, Madde sayıları ve Güvenirliği.....	38
Tablo 4.1 Ölçeğın Alt Boyutlarına Ait Veriler.....	44
Tablo 4.2 Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Fen Bilimleri Ders Notu İlişkisi.....	45
Tablo 4.3 Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Cinsiyet İlişkisi.....	46
Tablo 4.4 Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı ve Okulun Bulunduğu Şehir.....	47
Tablo 4.5 Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği ile Sosyal Medya Kullanım Sıklığı.....	48

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Yeni Medya ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar (Aktaş, 2007).....	17
Şekil 1.2 Sosyal medya kullanım sıklığı verileri (We Are Social, 2020).....	18

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1 İnternet Kullanım Oranları (TÜİK, 2020).....	14
Grafik 4.1 Sosyal Medya Araçları, Cinsiyet Grafiği.....	39
Grafik 4.2 Uzaktan Fen Dersini Faydalı Bulma Durumu.....	40
Grafik 4.3 Fen Bilimleri Ders Notu Ortalaması Cinsiyet Grafiği.....	41
Grafik 4.4 Fen Bilimleri Ders Notu Ortalaması- Öğrencilerin Bulunduğu Şehir Grafiği.....	42
Grafik 4.5 Fen Bilimleri Ders Notu Ortalaması-Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı.....	43

KISALTMALAR

MEB : Millî Eğitim Bakanlığı

Akt. : Aktaran

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

ODTÜ : Orta Doğu Teknik Üniversitesi

TÜBİTAK : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

CERN : Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi

WEB : World Wide Web

BÖLÜM I

GİRİŞ

Araştırmanın bu kısmında problem durumu, problem cümlesi, alt problemler, araştırmanın amacı ve önemi, hipotezler, sınırlılıklar, varsayımlar ve tanımlara yer verilmiştir.

1.1 Problem Durumu

İnsanlığın bilim ve teknolojideki ilerleme serüvenine baktığımızda bazı önemli olayların bu ilerlemede etkili olduğu görülmektedir. Tarım araçlarının icadı, buharlı makinaların kullanılması bu konuda önemli katkılar sunmuştur. Günümüzde ise bu ilerleme bilişim teknolojilerinin gelişimi ile devam etmektedir (Erkul, 2009). Özellikle internetin ortaya çıktığı 1990 yılından itibaren internet ile ağ teknolojisinde de gelişmeler yaşanmıştır (Albay, 2014).

Gündelik hayatta internet kullanımı bireyler için önemli bir hale gelmiştir. Birey interneti eğitim, sağlık, akademik çalışma, bilginin depolanması, paylaşılması gibi birçok alanda kullanmaktadır (Kenanoğlu ve Kahyaoğlu, 2011). Bu durumu destekleyen en güzel veri ise 2019 yılı ile dünyada 4,38 milyar ulaşan internet kullanıcısının olmasıdır. Dünyada oluşan artışa paralel olarak ülkemizde de internet kullanımı gün geçtikçe artmakta olduğu görülmektedir. İnternet kullanımı 2019 yılında 16-74 yaş arasındaki bireylerde %75,3 olarak tespit edilirken. Aynı oran 2018 yılında %72,9 olarak hesaplanmıştır (TÜİK, 2021).

Günlük yaşamımızın içine yerleşen pazarlama ve eğlence dünyasında takmış olduğumuz saatin, kıyafetlerimizin marka ve logoları, herhangi bir alanda gördüğümüz posterler, izlediğimiz televizyon, radyoda dinlediğimiz müzik gibi tüm içerikleri medya olarak adlandırabiliriz (Karagöz, 2013). İnternet sonucu oluşan sosyal medya ise kişilerin kısıtlı bir mekanizma içinde profil oluşturduğu, linkler paylaştıkları, diğer kullanıcılarla izin verdikleri ölçüde etkileşim sağladıkları internet tabanlı araçlar olarak tanımlanmıştır (Body ve Ellison, 2007). Sosyal medya araçları olarak; meslek ağları, kurumsal sosyal ağlar, mikrobloglar, oyun ve video paylaşımı, sosyal ağlar ve fotoğraf paylaşımı yer almaktadır (Aichner ve Jacob, 2015).

Sosyal medya araçları bireylerin bilgi birikimini ve birbiriyle olan iletişimlerini etkileyecek biçimde insan hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Doğumla birlikte kişiler

bilinçsiz de olsa medya araçlarıyla karşılaşmaktadır. Birçok bireyin yaşamında devamlı olarak televizyon, internet, bilgisayar gibi araçlar bulunmaktadır (Kapucu, 2014). Genel olarak bahsetmek gerekirse sosyal medya kullanıcılar tarafından; içerik oluşturma, tartışmalara katılma ve değerlendirmede bulunup geri dönüt verilmesini kolaylaştıran etkileşimli ortamlardır (Kaplan ve Haenlein 2010; Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre, 2011).

World wide web tarafından erişim sağlanabilen internetin bir alt kümesi olarak tanımlanmaktadır. Web ortamlarını kullanan bireylerde, sosyal ağ kullanımı alışkanlık haline geldiği görülmektedir. Aynı zamanda farklı kültürlerden, her yaştan ve her kesimden büyük kitlelerin sosyal anlamda isteklerine cevap vermekte ve kolay kullanımı, devamlı olarak kendisini yenilemesi, toplu kullanıma uygun olması, paylaşımında bulunulmasına olanak sağlaması bakımından insanların tercih edilen alanlardan biri olmaktadır. Bu durumdan dolayı sosyal medya kullanıcıların hayatında etkisini arttırmakta ve bireyler arasında yeni bir sosyalleşme olanağı sunmaktadır (Vural ve Bat, 2010; Savcı ve Aysan 2017; Hou vd., 2019).

Modern medya sonucunda oluşan yeni haberleşme uygulamaları bireyin hayatına pozitif anlamda ve negatif anlamda katkılar sunmaktadır (Bilgili ve Şener, 2013) Web 'de yaşanan ilerlemenin devam etmesi (Hung ve Yuen, 2010) ve bireylerin birbirleriyle olan etkileşimini, sosyal hayatlarını ve akademik süreçlerini tekrardan gözden geçirilmesini sağlamıştır (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2012; Nesi, Choukas-Bradley ve Prinstein, 2018).

Kitle iletişim araçları kullanımında yaşanan artış, geleneksel olarak yapılan eğitimin karşılaştığı başlıca zorluklardandır. Televizyon ve internet kullanımında yaşanan artış, yaşam tarzı, düşünce ve fikirlerin paylaşılmasına olanak sağlamaktadır. Bu da istemesek de okulun işlevinin yerini kitle iletişim araçlarının almasına neden olmaktadır. Blog ve sosyal paylaşım araçları öğretimin bir tamamlayıcısı konumuna gelmektedir. Eldeki veriler online ortak ders anlatılan sınıflar şeklinde düzenlenen eğitim ortamlarının gelecekte düşünülebilir bir durum olabileceğini göstermektedir (Esen, 2014). Farklı coğrafyalarda bulunan öğrencilerin internetle, birlikte ilgi ve ihtiyaçları doğrultusunda web 2.0 araçlarıyla kendi sınıflarını oluşturmaları mümkün olabileceği düşünülmektedir (Bozkurt, 2010).

Son zamanlarda sosyal medyanın günlük hayat kullanımının yanında eğitimde de sosyal medya araçlarının kullanılması sürekli gündeme getirilen bir durum haline gelmiştir (Karademir ve Alper, 2011). Ajjan ve Harsthone (2008) web 2.0 teknolojisinin ders içi eğitsel kullanımı konusunda güçlü ve ekili bir yöntem olarak görmektedir. McLoughlin ve Lee (2007) bilginin iş birliğine dayalı olarak keşfedilmesi ve bilginin paylaşılmasına uygun pedagojik araçlar tanımlamıştır. Yeni nesil bireylerin teknolojiye olan ilgileri eğitim sistemini teknolojinin verdiği imkanlardan faydalanmasını gerektirmektedir (Gulsecen vd., 2010). Gelecekte

eğitimde teknolojinin kullanılmasıyla oluşabilecek problemler de olacaktır. Bunların başında internet ağlarına gerçekleştirilen virüs saldırıları, eğitimin doğasıyla örtüşmeyen bilgiler ve uygun olmayan içerikler eğitim kurularının karşılaştığı sorunlardır (Esen, 2014). Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu tarafından Orta Doğu Teknik Üniversitesi ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'nın katkılarıyla yapılmış olan 9-16 yaş arası “Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları”nın tespit edilmesi amaçlanan Şubat 2011 tarihindeki rapor incelendiğinde, çocukların %70'i günde en az bir kere interneti kullandıkları görülmektedir. Bir başka veri ise çocukların %66'sı günde en az bir kere sosyal ağları kullanmakta ve sosyal ağlarda ortalama olarak günlük 72 dakika zaman geçirmektedirler. Elde edilen oranlar gösteriyor ki 9-16 yaş grubu çocuklar internette harcadıkları zamanın daha çoğunu sosyal medya ağlarında geçirdiği görülmektedir. Çocukların kullandığı ağlar arasında 2010 yılı verilerine göre Facebook %99'luk oranla en fazla tercih edilen sosyal ağ durumunda olduğu görülmekteydi. Çalışmaya katılan çocukların sosyal medya kullanımının, sosyal medyada geçirilen zamanın uzun olmasına paralel olarak günlük hayatlarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Araştırmada çocukların %60'ı sosyal ağların kullanımının ders çalışma saatlerini olumsuz yönde etkilediğini, %25 ise arkadaşlarına ve ailelerine ayırdıkları zamanın az olduğunu ifade etmişlerdir. Sosyal ağlara üye olma yaşı 13 olmasına karşın çalışmaya katılan 9-12 yaş arası çocukların sosyal ağ üyesi oldukları ortaya çıkmıştır (İnternet Kurulu vd., 2011).

We Are Social Digital 2020 yılı raporuna göre 83 milyonluk nüfusa sahip ülkemizin %74'ü yani 62 milyon kişi internet kullanmaktadır. Aynı oranlar 2018 yılında %67 (54 milyon) 2019 yılında %72 (59 milyon) olarak hesaplanmıştır. Araştırmada bir başka veri ise nüfusumuzun %64'ü (54 milyon) aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. Aynı oran 2018 yılında %63 (51 milyon), 2019 yılında %63 (52 milyon) olarak hesaplanmıştır. Kullanıcıların 2020 yılında, günlük ortalama 7 saat 29 dakika internette zaman geçirirken, aynı oran 2019 yılında 7 saat 15 dakika olarak hesaplanmıştır. Bu verilere paralel olarak 2020 yılında sosyal medya ortamlarında kullanıcılar, günlük ortalama 2 saat 51 dakika zaman geçirirken, aynı oran 2019 yılında 5 saat 46 dakika olarak hesaplanmıştır. Sosyal medya siteleri arasında 2020 yılında sırasıyla youtube, instagram, whatsapp ve facebook en çok kullanılanlar arasında olmuştur. Bu orana 2019 yılında da rastlandığı görülmektedir (We Are Social, 2020). Veriler de gösteriyor ki internet ve buna bağlı olarak sosyal medya kullanımı her geçen yıl artmaktadır. Yirmi birinci yüzyılda bilgi ve teknolojik anlamda ilerleme, bilişim teknolojilerinin ve sosyal ağ sitelerinin yaygınlaşması, bu tür ortamların eğitim süreçlerinde de daha etkin kullanılmasını önemli hale gelmiştir (Özmen vd., 2012).

Yapılan araştırmalarda okul ortamlarında sosyal ağ sitelerini kullanan öğrenciler, öğretmenler ve okul yöneticileri arasında daha etkili bir iletişim oluştuğu belirtilmektedir (Öztürk ve Talas, 2015; Martin vd., 2018). Bu nedenle sosyal ağ sitelerini eğitsel anlamda kullanılmasına uygun çalışmaların olması, gelişen teknolojiye paralel olarak önem taşımaktadır. Ergenler ve yetişkinler arasında kullanılan sosyal ağ siteleri, araştırma yapma veya bilgi edinmek amacıyla değil de daha çok gündelik hayatta bireylerin birbirine erişmesine, özel yaşamlarının paylaşılması ve daha önce tanışmadıkları kişilere kendilerini tanıtması amacıyla kullanılmaktadır. Bu şekilde kullanım oranlarının fazla olması, eğitimciler arasında da sosyal ağ sitelerinin hem mesleki hem de eğitsel yönüyle kullanılması gerektiği konusu önemi gün geçtikçe daha da anlaşılmaktadır (Grant, 2008, Piotrowski, 2015; Majeed ve Ali, 2018).

Bireylerin sosyal medyayı kullanım amaçları değişiklik göstermektedir. Yapılan çalışmada sosyal medyanın kullanım amacına ilişkin verilerde katılımcıların daha çok eğlence, iletişim ve gündemi takip etmek amacıyla kullandıkları, en az ise kişilere ulaşmak kişisel sunum ve bilgi paylaşmak ve bireyleri daha iyi tanınması şeklinde tespit edilmiştir (Çömlekçi ve Başol, 2019).

Geçmiş verilere bakıldığında (Argın, 2013) ortaöğretim öğrencileri için sosyal medyaya olan ilginin giderek arttığı görülmektedir. Günümüzde de artan bu ilgi, öğrencilerimizin derslerindeki başarısına olumlu veya olumsuz herhangi bir etkiye neden oluyor mu? Sosyal medya kullanımına günlük olarak ne kadar zaman harcadıklarının tespit edilmesi gibi birçok soruya sağlıklı cevaplar oluşturmak amacıyla özellikle ergenlik çağındaki öğrenciler sosyal medya kullanımının ders başarısına etkisinin araştırılması önem kazanmaktadır (We Are Social). Sosyal medya kullanımının öğrencilerin akademik başarısı üzerine olumlu ve olumsuz etkileri olabilmekte ve konuyla ilgili ailelerin günümüzde şikayetçi olduklarını çevremizde sıkça görüyoruz. Öğrenciler sosyal medyada zamanlarının büyük çoğunu harcamakta ve bazen ders çalışmaya zaman ayırmamaktadırlar. Bunun yanında öğrenciler gereksiz birçok bilgiye hatta zararlı içeriklere, güvenlikle ilgili sıkıntılara, sosyal teması kaybetmeye maruz kalmakta ve ders motivasyonlarını yetirebilmektedir. Buna karşın, doğru ve etkili sosyal medya kullanımı bireyin güncel haber ve hızlı bilgiye ulaşmasını, bunun yanında takım çalışmasını, bireyde farkındalık oluşmasını sağlamaktadır (Bilgili ve şener, 2013; Drahosova ve Balco, 2017). Bu konuda hızlı değişimlerin yaşandığı bu yüzyılda öğrencilerimize, öğretmen ve öğretmen adaylarımıza yol göstermesi bakımından sosyal medya okul başarısına etkileri üzerinde daha akademik anlamada araştırılması ve tartışılması gerektiği görülmektedir.

1.2.Araştırmanın Amacı

Öğrencilerin Sosyal medya kullanım kullanımını amaçları ve bunların fen bilgisi dersi başarısı ile ilişkisi olup amaçlanmıştır. Bu amaçla imkanlar dahilinde çalışmanın örneklemini Türkiyenin güneyinde ve kuzeyinde bulunan Antalya ve Tokat ilinde bulunan MEB 7. ve 8. Sınıf ortaokullarında uygulanması kararlaştırılmıştır. Pandemiden önce çalışmaya başlanmış fakat covid-19 pandemisi nedeniyle çalışma süresi uzamıştır. Pandemi öncesi sadece 7. Sınıf öğrencileri örneklem olarak kullanılmak istenmiştir. Daha sonra uygulamanın çevrimiçi yapılması örnekleme 8. sınıf öğrencilerinin katılımıyla araştırmanın kapsamı genişletilmiştir. Covid-19 ile kapanmanın yaşanması ve eğitimin çevrimiçi araçlar ile yapılması süreç içerisinde çalışmanın önemini arttırmıştır.

1.3.Araştırmanın Önemi

Sosyal medyanın özellikle insan yaşamında önemli bir yere sahip ergenlik dönemini de içine alan 10-15 yaş arası öğrencilerde yoğun biçimde kullanılmaktadır (We Are Social, 2020). Özellikle günlük hayatta dış dünyayı tanımada ve kendini yeterli hissetmede, kendini tanıtmadan iletişime, alışverişten eğitime kadar birçok alanda kullanılması sosyal medyayı günün vazgeçilmez rutinleri arasına yerleştirmiştir. Bütün bunların yanında öğrenci velilerinden bu konularda gelen şikayetlerin gittikçe artması (Barry vd., 2017; Guinta ve John, 2018) bu araştırmanın yapılmasının gerekçesidir. Yapılan çalışmalar sosyal medyanın kullanımı doğru (yararlı siteler, doğru bilgiler, motive eden görüntüler) ve belirli zaman sınırlarını geçmediği sürece büyük olasılıkla bireyin hayatında olumlu katkılar sunabildiği tahmin edilmektedir. Tam tersine sosyal medyanın yanlış (zararlı siteler, kötü niyetli insanlarla iletişim, yanlış bilgiler, motivasyonu düşüren görüntüler) ve uzun sürelerde kullanımı durumunda ise büyük olasılıkla olumsuz etkiler gözlemlenebileceği düşünülmektedir (Drahosova ve Balco, 2017). Yapılan bu çalışmayla öncelikle ergenlik çağındaki öğrencilerinin sosyal medya kullanımını hangi amaçlarla yaptığının belirlenmesinin tespitine olanak sunmaktadır. Bununla birlikte bu araştırmayla sosyal medya-internet kullanım çeşitliliği ve sürelerinin, öğrencilerde fen dersi başarı notlarına etkisinin tespiti de amaçlanmıştır. Ayrıca günümüzde yaşanan covid-19 pandemi tedbirleriyle birlikte, zaten içine kapanma eğilimi olan ergenlik çağındaki birçok öğrenci evlere kapanmıştır. Derslerden iyice uzaklaşıp internet kullanımının artması ile gelecekte de internet ve sosyal medyanın, bireyin yaşamında etki ve kullanım süresinin artacağını varsayarsak, bu araştırmanın ileride yapılacak çalışmalara günümüz 7. ve 8.sınıf öğrencileri konusunda referans bilgiler vereceği düşünülmektedir.

Literatür incelendiğinde sosyal medya kullanımının (veya yoğun olarak kullanımının) akademik başarı üzerine bir etkisinin olup olmadığı konusunda çok fazla araştırma rastlanmamıştır. Araştırmaya ayrıca yaş olarak özellikle 50 üstü ebeveynlerin ve öğretmenlerin sosyal medya kullanımı konusunda arzu edilen donanıma sahip olmamaları bu konunun anlaşılmasını zorlaştıran etmenler arasında yer almaktadır. Gelecekte teknoloji de yaşanacak gelişmeye paralel olarak internet ve sosyal medyanın her alanda bireyin yaşamında olması da araştırmanın önemini arttırmaktadır. Bunun yanında ülkemizin geleceğinin inşa edilmesi tüm uzmanların ortak olarak belirttiği gibi eğitimle mümkün olacaksa, bu yeni nesil öğrencilerin daha iyi tanınması, onlara uygun çağdaş eğitim programları ile günün şartlarına göre geliştirilmesi bakımından bu çalışma önem taşımaktadır.

1.4.Araştırmanın Problemi

Ülkemizde 7 ve 8. sınıf öğrencileri, günlük olarak kullanmakta olduğu sosyal medya çeşitlerini ne amaçla kullanıyor ve bunun fen bilimleri dersi başarısı üzerine bir etkisi var mıdır?

1. Ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amacı puanları ile cinsiyet açısından anlamlı bir ilişki var mıdır?
2. Ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amacı puanları ile okulun bulunduğu şehir açısından anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amacı puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı açısından anlamlı bir ilişki var mıdır?
4. Ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amacı puanları ile fen bilimleri dersi not ortalaması açısından anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.5. Varsayımlar

Araştırma kapsamında uygulamaya katılan tüm öğrencilerin ölçek sorularını cevaplarken gerçek duygu ve düşüncelerini yansıttıkları varsayılmıştır.

1.6. Kapsam ve Sınırlılıklar

- a) Çalışma Antalya ili ve Tokat ilinde belirlenen MEB ortaokulları ile sınırlandırılmıştır.
- b) Çalışma sosyal medya kullanım amacı ölçeği sınırlıdır.
- c) Çalışma MEB ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencileri sınırlıdır.
- d) Covid-19 pandemisi nedeniyle velilerle konuşulamamıştır.

e) Covid-19 pandemisi nedeniyle uzaktan çevrimiçi ölçekler yapılmak zorunda kalınmıştır.

1.7. Tanımlar

Sosyal Medya: Sosyal medyayı kullanan bireyler arasında iletişimi kolaylaştıran ve bunun yanı sıra kullanıcıların ürettiği içeriklerle önem kazanan internet tabanlı toplumsal iletişim kanallarıdır (Carr ve Hayes, 2015).

World Wide Web: Bilginin internet yoluyla paylaşılmasına olanak sağlayan bir servistir. Web ile paylaşılan bilgiler resim, animasyon, görüntü kullanımı yapılabilmektedir. Web bilgiye ulaşmanın en pratik yolu olarak gösterilmektedir (Yiğit, Yıldırım ve Özden, 2000).

Eğitim: Bireyin akli, bedeni, duygusal, toplumsal becerileri, davranışlarının uygun bir şekilde veya arzu edilen biçimde geliştirme ve yeni beceriler, davranışlar, bilgiler verilmesi şeklindeki uğraşlar olarak tanımlanmaktadır. Eğitim yaşam süresince gerçekleşen, planlı veya rastgele oluşabilir (Akyüz, 1982).

Fen Eğitimi: Fen bilimlerine doğa bilimleri de denilmektedir. Bireylerin yaşamlarını devam ettirdikleri çevreyi algılayıp yorumlama, çevredeki düzeni sağlama fikrini uyandıran bilgi ve yeteneklerin özüdür (Hançer, Şensoy ve Yıldırım, 2003).

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. İnternet

ARPANET 1960'lı yıllarda teknolojik gelişmeler sonucu var olan ilk bilgisayar ağı olarak oluşturulmuştur. Bilgisayar ağlarının 1990'da internet ile buluşması sonucunda yeni iletişim teknolojisinin oluşmasını sağlamıştır (Basmacı, 2018). İnternet fazla sayıda bilgisayarın birbiriyle bağlanmasıyla tüm dünyada yoğun şekilde kullanılan ve her geçen gün büyüyen iletişim aracıdır (Parlak ve Balık, 2005). Kısacası küçük bilişim ağlarını birbirine bağlayan büyük bilişim ağı olarak tanımlanabilir (Wingate, 1997). İnternet ile bilgiye ve iletişime, daha kolay ve ucuz bir şekilde ulaşılması sağlanmış, bu özellikleri sayesinde de bireylerin yaşamlarında gittikçe artan bir şekilde vazgeçilmez bir hale gelmektedir. İnternetin bireylere sunmuş olduğu hizmetler, hayal gücünün ulaşabileceği düzeylere doğru çıkmaktadır. Vizyondaki filmlerin fragmanlarından dünyadaki binlerce kilometre uzakta bulunan ünlü müzelerin içinde sanal gezilere, TÜBİTAK arşivindeki dergilerden Amerika'daki bir öğrencinin yeni yazmış olduğu lisansüstü tez çalışmasına, tek bir tıkla ulaşabilmekteyiz. Bunun yanında bilimsel veya şirket işlerini ilgilendiren toplantılara internet üzerinden katılabilir belgelerimizi yollayabiliyoruz. İnternet, sağladığı hizmetler açısından, bireylerin istekleri ve internetin teknolojik gelişimi ile her geçen gün inanılmaz hızlı bir şekilde artmaktadır (Parlak ve Balık, 2005). İnternet teknolojisini yalnızca iletişim aracı olarak göremeyiz (Başlar, 2013). Ayrıca internet kullanıcıları tarafından iletişim, bilgilerin paylaşılması, devletin sunduğu hizmetlerden, banka işlemleri ve ticari olarak kullanılması, eğlence, farklı kültürlerin etkileşiminden, sağlık ve eğitim sektörüne kadar birçok alanda insanların hayatına girmiştir (Bayzan ve Özbilen, 2011). Kullanımı fazla olan bu teknolojinin insanlar için bilgi oluşturma, saklama, bilgiyi paylaşma, bilgiyi ulaşmak istemeleri internet teknolojisinin gelişimini arttırmıştır (Çetin, 2009).

2.2. World Wide Web 1.0

World wide web 1.0 internetin ilk oluşumudur. İsviçre, 1989 da Cenevre'deki Avrupa Nükleer Araştırmalar Örgütü (CERN) çalışanlarından Tim Berners-Lee tarafından oluşturulmuştur. Web 1.0 web teknolojisinin en eski aşamasıdır. Web 1.0 1989 ile 2005 yılları

arasında kullanılan bu sürüm o zamanlarda bir bilgi bağlantıları ağı olarak açıklandı. Web 1.0 tanımlanırken kullanıcıların birlikte bilgi paylaşımında olacağı ancak web sitesiyle karşılıklı etkileşim imkanına sahip olmadığı sınırlı bir etkileşim olanağına sahip salt okunur web olarak açıklanır (Villanyi, 2012). Web 1.0 bilgiyi araştırmamıza ve okumamıza olanak sağlarken kullanıcıların etkileşimi veya bilgi paylaşımı noktasında yeteri kadar imkân sunmamaktadır (Getting, 2020).

2.3.Web 2.0

İnternetin bu versiyonu, 2005 yılında Tim O'Reilly tarafından oluşturuldu. Web 2.0 ile internete sahip olan kullanıcılar birlikte oluşturduğu, paylaştığı değişik kaynaklardan bilgilerin toplandığı, etkileşimin sağlandığı internet servisi olarak tanımlanmaktadır (Hwang, Altmann ve Kim, 2009). Web 2.0'ı "Parçalanmış Gelecek" adlı makalesinde ilk bahseden Dinucci (1999) bu yeni kavramı tanımlarken web 1.0'ı, web 2.0'in embriyosu olarak açıklamıştır. Yazısından Web 2.0 ilk parıltısı olan bu embriyonun ne şekilde gelişim göstereceğini görmeye başlayacağımızı önceden tahmin etmiştir. Web 2.0'dan bu şekilde bahseden Dinucci web yapısının var olan tek taraflı kullanımının zamanla değişeceğini ve etkileşimli bir yapıya dönüşeceğini öngörmektedir. Web 1.0 bilgisayarlar arası bilgi paylaşımına izin vermektedir. Kullanıcılarına etkileşim imkânı sunan web 2.0, o güne kadar bilinen internette yapısal değişime neden olmuştur (Shivalingaiah ve Naik, 2008). Köseoğlu (2012)'na göre yeni web teknolojisinin ele alınmasının sebebi var olan web yapısının içerik üretme noktasında yetersiz olmasıdır. Bireyler web 2.0 ile birlikte youtube, blog, games, chats gibi birçok sitede etkileşimde bulunma imkânı sağlamıştır (Shivalingaiah ve Naik, 2008).

2.4.Web 3.0

Web dünyası, teknolojik açıdan zamanla Web 3.0 olma yolunda ilerlemektedir. Kullanıcıların web teknolojisinden yeni istekleri bilginin pratik bir şekilde elde edilmesi, paylaşılması ve bilgilerin bir bütün haline getirilmesine olanak sağlayacak teknolojinin geliştirilmesi noktasında çalışılmaktadır (Demirli ve Kütük, 2010). Web 1.0 ve Web 2.0 ile elde edilen bilginin anlamlandırılması kullanıcı tarafından yapılması şeklinde sunulmuştur. Yani elde edilen bilginin ne olduğu, nerede kullanılacağı, farklı bilgilerle ilişkisini kullanıcılar üstlenmekteydi. Web 3.0 ise birlikte kullanıcıların isteklerini anlayabilen ve istekler doğrultusunda çözüm yolları sunan bir web aracıdır. Web 3.0 ile bireylerin bilgisayarlar ile gerçek zamanlı etkileşim kurma imkânı sağlanmaktadır. Anlık oluşan ihtiyaçlara cevap vermektedir. Bu duruma örnek olarak iphone markası tarafından geliştirilen siri uygulaması

verilebilir (Durdu, 2019). Web 3.0 ile elde edilen verinin anlamlandırılması sadece kullanıcılar tarafından değil, aynı zamanda bilgisayarlar tarafından da anlamlandırabileceği bir sistem oluşturmaktadır (Bektaş, 2012). Yani Web 3.0 ile elde edilen bilgilerin düzenlenmiş ve anlamlandırılıp insan ve bilgisayarın etkileşimli bir şekilde çalışabilmesidir (Devedziç, 2004). Kısacası Web 3.0 internet ile oluşturulmuş birçok web sitesi içinden aradığımız verilere daha pratik ve hızlı erişilmesini amaçlamaktadır (Karakuzu ve Karaman, 2004).

2.5.Web 4.0

Henüz kullanıcılar Web 3.0 ‘anlamaya çalışırken, Web 4.0 konusunda çalışmalarda bulunmaya başlandığı bazı kaynaklarda uzun zaman önce bahsedilmektedir (Metz, 2007). Davis (2009) Web 4.0’da Web 2.0 ve Web 3.0 ait içerikleri bulabileceğimizden bahsetmektedir. Teknolojik gelişmelerle 2020 yılından itibaren kullanıcıların erişimine kademeli olarak ulaşması hedeflenmektedir. Web 4.0 mevcut web teknolojilerinden farklı olarak yapay zekâ ve insan beyni ile üretilen ve kontrol edilen makinelerin kullanımı noktasında yeni bir döneme geçilmesi düşünülmektedir.

2.6.Sosyal Medya

İletişim teknolojisi haberleşme yollarını ve haberleşme ile ilgili her türlü platformun herkes tarafından kullanılabilir hale gelmesiyle birlikte, bireyler eskiye oranla daha çok etkileşimde bulunmaktadırlar. Sosyal ağ siteleri veya sosyal medya, kullanıcıları tarafından kendi adına oluşturduğu profil ile içerik üretip, bu içeriğin paylaşılması şeklinde olan web siteleri ve uygulamalarıdır. Sosyal medya türleri, bireylerin nasıl iletişim kurmaları ve güncel oluşumlar konusunda önemli bir dönüm noktası olmuştur (Pittman ve Reich, 2016).

Sosyal ağlar yaşadığımız yüzyılda toplumların iletişimde bulunma ve bilgiyi aktarma noktasında değişimlere neden olmuştur (Murray, 2008). Sosyal medya, internet yardımıyla anlık etkileşimde bulunmayı sağlayan, bilginin herkes tarafından ulaşılması ve içerik oluşturulmasına olanak sağlayan sosyal ağ ortamlarıdır (Kirtiş ve Karahan, 2011). Bu tür bir dijital ağ ortamının, bireyin yaşamında yer almasıyla birlikte, gelişmiş veya gelişmekte olan birçok ülke insanı tarafından hızla benimsenmiş yaygın hale gelmiştir. Kullanıcı konusunda her yaşta bireyin gün içinde olanları takip ettiği, sosyal medyayı pratik şekilde internet yardımıyla kullanmaktadır (Gülçay, 2016). Okul çağındaki bireylerin sınıf dışında teknolojik araçlarla yeterince zaman harcadıkları da bilinmektedir. Özellikle de genç kullanıcılar arasında sosyal medyanın kullanımı gittikçe artmaktadır (Murray, 2008).

Sosyal medya günümüz için yeni bir buluş olsa da hızla tüm insanlığa yayılıp etkilemiştir. Milyonlarca kullanıcıya ulaşılmasından dolayı, sosyal medya platformları firmalardan siyasi oluşumlara varıncaya kadar birçok sektörün ilgi odağı haline gelmiştir (Kılıç, 2016). Sosyal medya yaşamakta olduğumuz yüzyıl için değerli bir iletişim araçlarından biri olma konusunda süratle ilerleyen internetin en popüler uygulamaları içinde kendisine yer bulmaktadır. İnternet kullanma oranının artması yanında paralel olarak sosyal medyayı kullanma oranı da artmaktadır. Gelecekte internette geçirilen zamanın büyük bir bölümünü sosyal medyaya harcanılacağı düşünülmektedir. Sosyal medya bireylerin sadece haberleşme sağlamakla kalmayıp, eğlence, bilgi, araştırma yapabilme gibi hemen her alanda kullanıcının ihtiyaçlarına cevap vermektedir (Hazar, 2011). Ayrıca toplumla iletişimden, reklam çalışmalarına, farklı teşkilatlanmalara ve eğitimde kullanılması noktasında kadar birçok alanda alternatif bir araç olarak görülmüştür (Kılıç, 2016).

Sosyal medya önemli ölçüde paylaşımın olduğu online medyanın güncel bir türü olması bakımından da kullanıcılara yeni olanaklar sağlamaktadır (Akıncı ve Bat, 2010). Klasik medyaya göre, sosyal medya içerisinde kendine özgü belli başlı özellikleri de içermektedir. Bunlar sırasıyla:

Katılımcılar: Sosyal medya kullanıcıları birbirilerini yüreklendirir ve konuyla ilgilisi bulunan tüm katılımcılardan geri dönüt alır (Vural ve Bat, 2010).

Açıklık: Birçok sosyal medya uygulamaları katılım ve geribildirime açıktır. Bilginin paylaşılmasını ve değerlendirilmesine olanak sağlamaktadır. Nadiren de olsa bilgiden faydalanma konusunda engellemeler yaşanmaktadır (Akar, 2010).

Karşılıklı Konuşma: Klasik medya araçları tek yönlü iletişime olan sağlamaktadır. Geleneksel iletişim sağlayıcıları ile geri dönüt almak zor ve zaman alıcıdır. Bu durumun tam tersi olan sosyal medya, kullanıcılara çift yönlü bir etkileşim olanağı sunmaktadır (Hazar, 2011).

Topluluk: Sosyal medya, kitlelerin süratle oluşmasını ve etkin bir etkileşim kurmasını sağlar. Kişiler sosyal medyada; kendi tanıtımlarını, sevdikleri fotoğrafları, siyasi konuları veya beğendikleri TV programları ve filmler gibi konularda paylaşımlarda bulunurlar (Mayfield, 2008).

Bağlantısallık: Hemen her sosyal medya bağlantısaldır. Kullanıcı pratikliği sağlar, herhangi bir nedenden dolayı başka site ve kaynaklarla ilgili linkler anında paylaşılabilir (Hazar, 2011).

Sosyal medyanın işlevsel olarak getirmiş olduğu çok sayıda özellikleri de vardır (Akyazı ve Aslan, 2013; Akt: Kılıç, 2016). Bunlardan en önemlileri:

Kimlik: Sosyal medya kullanan bireyler kendileriyle ilgili bilgileri doğru olarak paylaşmama veya bilgilerini tamamen değiştirme özgürlüğüne sahiptir. Yani bir anlamda anonim paylaşımlarda bulunabilmektedir.

Diyalog: Sosyal medyanın işlevsel bir yönü de ortak paylaşımlarda bulunan kullanıcıları bir araya getirerek topluluk oluşturmayı amaçlamasıdır. Başka bir ifadeyle ortak yönleri olan sosyal medya kullanıcıları arasında etkileşimi sağlamaktır.

Paylaşım: Sosyal medya ile birlikte bilginin tüketilen ve elde edinilen durumdan sıyrılıp paylaşılabilen bir hal almıştır. Bilgi paylaşımıyla kullanıcılar farklı çevreler edinmeyi amaçlamıştır.

Mevcudiyet: Bireyler birbirlerinin gündelik yaşamlarını merak ederler. Sosyal medya bu anlamda sanal dünya ve gerçek dünya arasında bir bağlantı oluşturmaktadır. Bireyler gerçekte yapılanları sanal dünyaya aktararak kendileri hakkındaki bilgileri paylaşmış olur.

İlişkiler: Sosyal medyanın ilk amacı kullanıcıların çift yönlü etkileşimde bulunmasını sağlamaktır. Bununla beraber bireylerin iletişim kurma olanağı oluşur.

Tanınma: Sosyal medya da oluşturulan doğru profiller sayesinde kullanıcıların kişilikleri hakkında bilgi edinilmesi, birbirlerini tanıma imkânı sağlamaktadır.

Gruplar: Sosyal medya ya sahip kişiler farklı gruplara katılma olanağı bulmaktadır. Böylelikle sosyal medyanın daha çok gelişmesi, daha çok takipçi ve arkadaş bulma imkânı sağlamaktadır.

Bu özelliklerin yanı sıra Taci (2010)'a göre sosyal medya kavramını belli başlıklar altında toplamıştır (Akt: Ergin, 2015).

İletişim yöntemi olarak: Mobil ve web aracılığıyla kullanıcıların etkileşim içinde olacağı ağlarla devam ettirilen ve süreklilik gösteren bir iletişim şeklidir.

Yaşam alanı olarak: Sosyal medya kullanıcılarının karşılıklı iletişimlerinin devam ettirdikleri online ortamların oluşturduğu dünyadır.

Araç olarak: Yaşadığımız yüzyıldaki etkin reklam yollarındandır. Sosyal medya ağlarının her biri pazarlama aracı olarak kullanılabilir.

Yayın platformu olarak: Radyoyu kullanım oranı bakımından geçen televizyonu da geride bırakacak olan yayın platformudur.

Sektör olarak: Sosyal medya içerisinde sosyal medya uzamanı, blogger gibi birçok iş alanı barındırır.

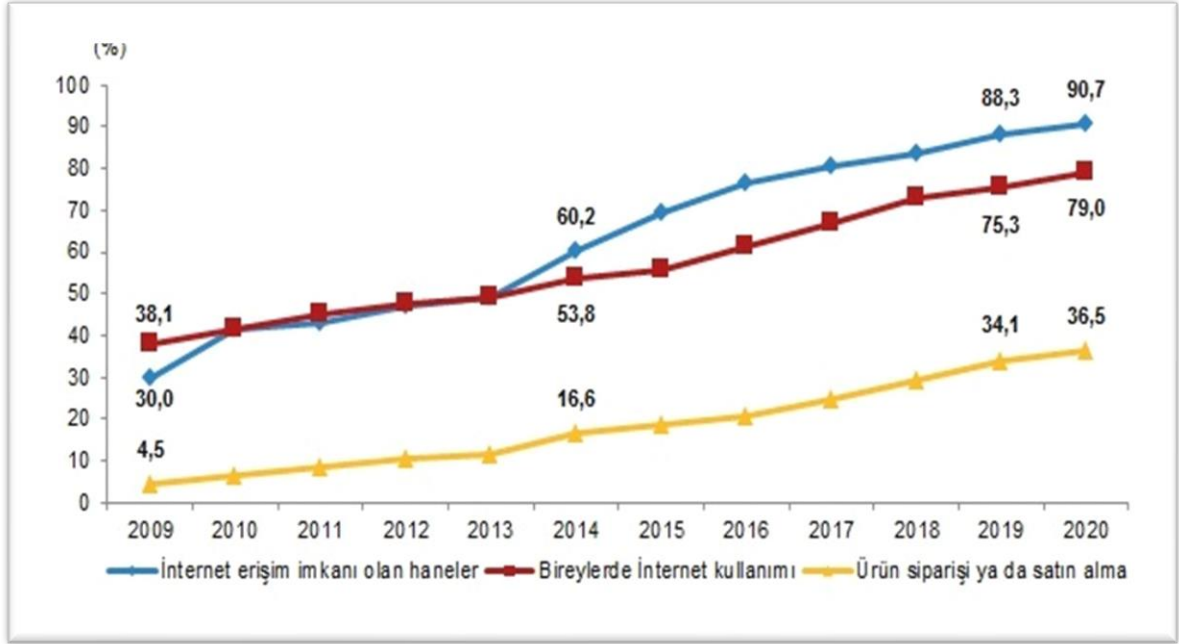
Sosyal medya platformlarının ortak özellikleri vardır. Bu özelliklerden önemli olanı, sosyal medyada farklı gündemlerde paylaşım imkânı sumasıdır. Bu şekilde hizmet sunması sosyal medya ortamlarını daha fazla ilgi odağı yapmaktadır (Kahraman, 2013).

Erkul (2009)' a göre bir web sitesinin veya uygulamanın sosyal medya olarak bahsedilmesi için belli özellikleri taşıması gerekmektedir (Akt: Öztürk ve Talas, 2015).

- Sosyal medya kullanıcılarının yayıncıdan bağımsız olması.
- Bireyler arası etkileşimin olması
- Zaman ve mekân kısıtlamasının olmaması
- Kullanıcı içeriğini üretebilmesi

Kısacası teknolojik anlamda ilerlemenin yanında gelişen sosyal medya ile birlikte bireylerin bilginin yanı sıra kişisel bilgilerinin paylaşıldığı ortamlar şeklinde tanımlanır (Özkan, 2013).

Hayatımızın her alanında gelişen internete erişim imkânının arttırılması, mobil akıllı telefonlarında artış yaşanmasıyla birlikte eskiye oranla internete erişimi kolaylaştırıp kullanımını arttırmıştır. İnternet erişiminin artması sosyal medyaya olan ilgiyi de arttırmaktadır (Işık ve Kaptangil, 2018).



Grafik 1.1 İnternet Kullanım Oranları (TÜİK, 2020)

We Are Social (2020) sonuçlarını incelediğimizde, 2013 yılından itibaren internet kullanımında artışın olduğunu görmekteyiz. Yine TÜİK (2020) yapmış olduğu hane halkı bilişim teknolojileri araştırmasında, 2019 yılına ait 16-74 yaş grubu bireylerde internet kullanımının %79,0 olduğu tespit edilmiştir. Aynı oran önceki yıl %75,3 olarak hesaplanmıştır.

Yukardaki TÜİK raporunda internete hane olarak ve bireysel anlamda erişimle ilgili grafiğe yer verilmiştir. Grafik incelendiğinde 2009 yılından itibaren internet kullanımında artış yaşandığı gözlemlenmektedir. İnternet kullanımına paralel olarak sosyal medya kullanımı da artmaktadır We Are Social (2020) araştırmasına göre Türkiye’de internet kullanımı ve sosyal medya kullanımı Nisan 2019’ dan Ocak 2020’ ye gelinceye kadar 2,2 milyon kişi arttığı gözlenmiştir. Araştırmaya göre Ocak 2018’de internet kullanan 54,33 milyon iken Ocak 2020’ de 62,07 milyon olarak hesaplanmıştır. Sosyal medya var olan medya araçları içinde kendisine hızlı bir şekilde yer bulmuştur. Bunun yanında içeriği üreten ve tüketen konumdaki tüm bireylerin odağı olmuştur (Armellini ve Villanueva, 2011).

2.7.Geçmişten Günümüze Sosyal Medya

Kısa zaman diliminde tüm dünyada yaygınlaşan google, facebook, bebo gibi sosyal ağlar, youtube, mySpace, twitter benzeri paylaşım uygulamaları sadece interneti kullanan bireylerin hayatlarını farklılaştırmakla yetinmemiş, bunların yanında teknoloji firmalarının da kendilerini sürekli güncel kalması noktasında hızlandırmıştır. Gün geçtikçe gelişen telefonlara Yahoo, Google benzeri e-posta hizmetleri yanında sohbet uygulamaları da eklenmiştir. Bu durumla birlikte insanların etkileşim içinde kalması daha kolay hale gelmiştir (Yüksel, 2013).

İnternetin en popüler uygulamalarından olan sosyal medya, günümüzde küresel ölçüde önemli iletişim yollarından biridir. Kullanıcıların internette geçirdikleri süre gün geçtikçe artarken bu sürenin önemli bir kısmını sosyal medya ortamlarının aldığı görülmektedir. İlerleyen dönemlerde internet kullanımının önemli bir payını sosyal medya kullanımı olacağı tahmin edilmektedir. Sosyal medya iletişimi sağlamanın yanında eğlence, bilgi paylaşma ve bilgi edinme, araştırma yapma şeklinde kullanıcıların her konuda sorununa çözüm sağlama amacındadır (Tektaş, 2014). Zaten insanların gittikçe, her şeyin bir arada bulunduğu ortamlara (örneğin AVM) yönelik tercihlerinin artması, teknoloji (akıllı ev, akıllı telefon, araba) ve internet ortamında (hem eğlence hem güncel bilgi hem de anlık iletişim olanakları sunan platformlar) da kendini göstermektedir.

Mevcut haberleşme platformları yeni medya şeklinde tanımlanmaktadır. Yeni medya tanımı 1970’li yıllarda bilgi ve haberleşme merkezli araştırmalarda, ekonomik ve kültürel çalışmalarda araştırmayı yapan insanlar tarafından tanımlanmıştır. Bu kavram 1970 ve 1990 yıllarında hızlı bir gelişim göstermiş, bilgisayar ve internet teknolojisiyle gelişimi farklılık kazanmıştır (Dilmen, 2007).

Sosyal medyayı kullanan bireyler tarafından üretilen içerikler ile kullanılan yeni medya, tüketicilerin ürünler ve hizmetler konusunda bilgi alma şekilleri, içeriği ne şekilde tükettikleri konusunda geleneksel medya da değişimlere neden olmaktadır (Dewan ve Ramaprasad, 2014).

Geleneksel medya bireylere yalnızca haberi aktararak tek yönlü bir iletişim imkânı sunarken, yeni medya kavramıyla insanların bilgisayar ve telefonları internet yardımıyla çift yönlü bir iletişim kurma imkânı elde etmiştir (Çıldan, Ertemiz, Tumuçin, Küçük ve Albayrak, 2012).

Geleneksel medyada kullanıcılar sadece tüketicidir. İçeriği üretenler tüketilmesi için sosyal medya kullanıcılara sunarlar. Tüketici konumundaki bireyler içeriğe yorumda ve paylaşımda bulunamaz. Üreten ve tüketen farklı kullanıcılardır. Geleneksel medyanın belli özellikleri vardır.

- Yayın organları büyük kitlelere ulaşmaktadır.
- Tek yönlü olarak ifade edilir.
- Ekonomik olarak maliyetlidir.

Yeni medya ise gelişen teknoloji ile birlikte var olan, bireylerin zaman ve mekân olarak bağımsız olarak iletişim içinde oldukları sanal medya platformlarıdır. Gazete televizyon gibi araçları geleneksel medya olarak tanımlarız. Bu araçlarda iletişim tek yönlüdür. Sosyal medyada ise etkileşimli bir ortama sahiptir (Yüksel, 2012). Geleneksel iletişim teknolojisi, kullanıcıların ilgilendikleri konular ve gereksinim duydukları işler az bir kesim tarafından kontrol ediliyordu. Yeni teknolojik gelişmelerle büyük kitleler ilgi ve istekleri doğrultusunda bilgiyi edinmektedir (Timisi, 2003).

Bilginin topluluklara aktarılmasında etkin bir rolü olan sosyal medya, aynı hedefler noktasında milyonlara varan kullanıcıları bir noktada toplamaktadır. İnternet platformlarında süratle paylaşılan haberler eski medya araçlarıyla günler sonra paylaşılmaktadır. Sosyal medyanın, geleneksel medyadan daha etkin bir yapıda olduğu gözükmektedir (Engin, 2011).

Sağladığı büyük imkanlar neticesinde üretilen içeriklerin teknolojik anlamda imkânı olan kullanıcıların erişim sağladığı sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Yeni medya, geleneksel medyaya oranla özgür ve denetimin kolay olmadığı bir ortamlardır (Özgen, 2012).

	Geleneksel Medya	Yeni Medya
Kanal	Az sayıda	Çok sayıda
Kontrol	Gönderen	Alıcı
İletim	Tek yönlü	İki yönlü, etkileşimli
İçerik	Sınırlı	Çeşitlendirilmiş
Kapsama Alanı	Bölgesel, küresel	Küresel
Toplumsal Kontrol	Kanunlar, meslek ve ahlak ilkeleri, halk eğitimi	Teknik aygıtlar, izleme
Zaman	Senkron	Asenkron
Yapısı	Merkeziyetçi (bir noktan-çok noktaya)	Merkeziyetçi olmayan (çok noktadan-çok noktaya)

Şekil 1.1. Yeni Medya ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar (Aktaş, 2007).

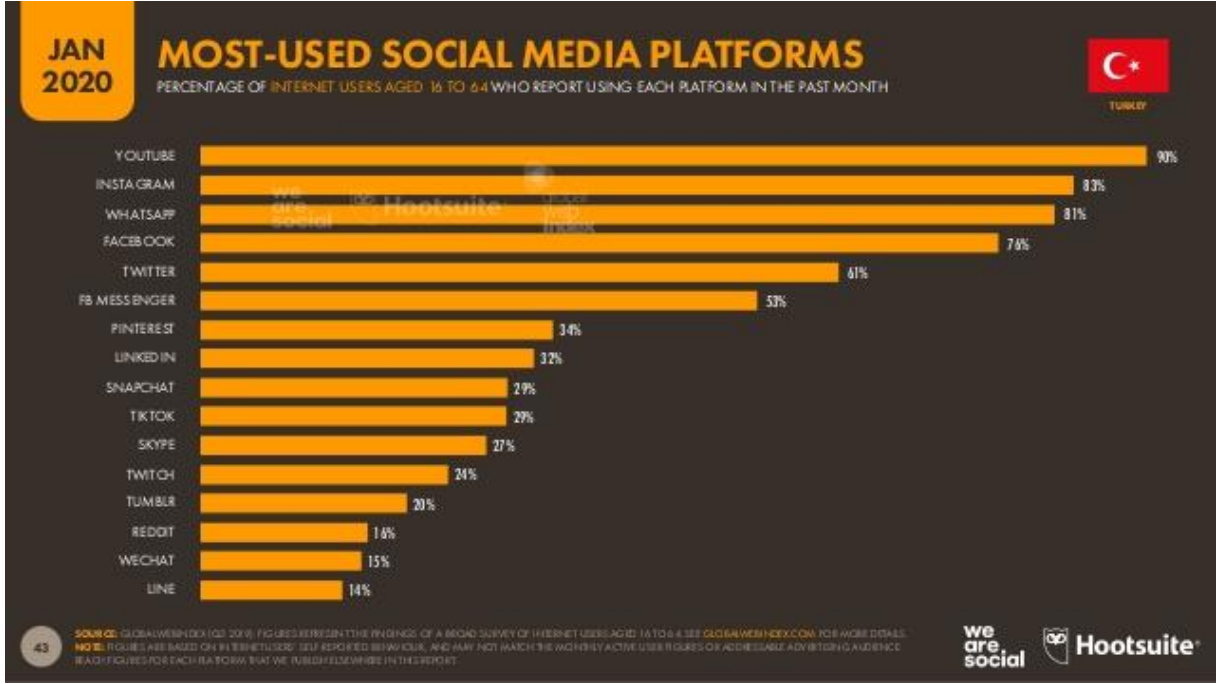
2.8.Sosyal Medya Türleri

Sosyal medya içerisinde birçok kavramı barınmaktadır. Bu kavramlar her biri belli amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Richter ve Dawley (2009) sosyal medya kavramalarını şu şekilde gruplandırmıştır.

- Sosyal ağlar: Facebook, MySpace vb.
- Fotoğraf paylaşım: Flickr, PhotoBucket vb.
- Video paylaşım: YouTube vb.
- Profesyonel ağ siteleri: LinkedIn vb.
- Bloglar: Blogger.com, Wordpress vb.
- Vikisöz: Wetpaint, PBWiki vb.
- İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog vb.
- Sanal dünyalar: Whyville vb.

Sosyal medya kitlelerin birbiriyle haberleşme ve bilgi paylaşma biçiminin de değişikliklere neden oldu. Sosyal ağlar bireylerin düşüncelerini ifade ettiği, ortak düşüncelerin bir araya geldiği, iş birliği ve paylaşımında bulunma noktasında yeni imkanlar yaratmaktadır. Genç kullanıcılar arasında gün geçtikçe önemli hale gelmektedir (Murray, 2008).

Sosyal medya platformları kullanım sıklığına göre sıralaması aşağıdaki gibidir.



Şekil 1.2. Sosyal medya kullanım sıklığı verileri (We Are Social, 2020).

2.8.1.Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar insanların duygularını, düşüncelerini kendisi dışındaki kişilerle paylaşması, iletişime geçmesine imkân vermektedir. Hayatımızın birçok alanında başvurduğumuz sosyal ağ platformları çok sayıda kullanıcıya erişim sağlaması noktasında önemli bir yere sahiptir. Bu durum sosyal platformların her kültürden kullanıcıların bir arada bulunmasını sağlamaktadır (Aydede, 2006). Facebook, Twitter gibi sosyal ağ platformları, bireylerin rahatlıkla etkileşimde bulunmasını, hobileri için bilgileri bu siteler üzerinden ulaşılmasına imkân sağlar (Richardson, 2009).

2.8.1.1.Friendster

Friendster eklemeli arkadaşlık bağlantısı ağı yoluyla kullanıcıların birbirine ekli olduğu ve on beş milyonluk kullanıcıya sahip sosyal ağ olarak tanımlanır. Kullanıcıların birbiriyle arkadaşlık kurmasına imkân sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Ağ üzerinde oluşturulan profilde kullanıcılar, demografik bilgilerini, hobilerini, fotoğraflarını ve kendilerini tanımlayacak bilgilerini profillerinde oluşturmaktadır. Friendster 2002 yılında beta sürümü yayımlandı ve 2003 yılında katlanarak büyüye de 2004 yılına gelindiğinde kullanıcılar tarafından önemi azaldı (Boyd ve Heer, 2006).

2.8.1.2.MySpace

MySpace kullanıcıların kişisel bilgilerinin ve resimlerinin olduğu profillerdir (Rapacki, 2007). MySpace kullanan bireyler kendilerinin ilgi alanlarıyla ilgili duvar oluşturmaktadırlar. Bu yolla yazı, fotoğraf ve videolarını çevresiyle paylaşmaktadırlar. MySpace 3 milyon müzik grubu ve müzisyenle verdiği müzik hizmetinden dolayı popüler olmuştur (Kaymak, 2012). Facebook' un 2007' de tanınmasıyla birlikte MySpace önemini kaybetmeye başlamıştır (Satıl, 2011).

2.8.1.3.Facebook

Facebook bireylerin kendilerine özel bir ortam tasarlayarak paylaşımında bulunabildikleri, karşılıklı iletişim kurup paylaşım imkânı buldukları sosyal platformlardan bir tanesi ve en popüleridir. Facebook 2004 senesinde Harvard Üniversitesi öğrencileri için iletişim amaçlı oluşturulmuştur (Koç ve Ayık, 2017). Facebook ile kullanıcılar sanal sayfa kurabilmektedir. Ayrıca Facebook' un çeşitli dil desteği sayesinde farklı coğrafyalardaki kullanıcılarla etkileşimde içinde olabilmektedirler (Kaymak, 2012). Facebook' da profil oluşturmak tamamen ücretsiz gerçekleştirilmektedir (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013). Facebook' a kaydolmak için en az 13 yaşında olma şartı vardır (<https://www.guvenliweb.org.tr/sosyal-medya-rehberi/facebook>). Türkiye' de facebook kullanımı bireylerin gündelik hayatlarında önemli bir yer tutmaktadır. İhtiyaç anlarında, boş vakitlerini geçirdiği, mevcut arkadaşlıklarını devam ettirme noktasında kullanılmaktadır. Paylaşımında bulunmanın ötesinde arkadaşlarının takip edilmesi daha fazla ön planda olduğu görülmüştür (Şener, 2009).

2.8.1.4.Linkedin

LinkedIn dünyanın internet içindeki en büyük profesyonel platformudur. Kullanıcıya uygun iş imkanları, staj olanaklarına ulaşılmasını sağlamaktadır. LinkedIn profili oluşturularak kişi öz geçmişini paylaşmaktadır. LinkedIn sosyal ağıyla fotoğraf, video, makale, paylaşılabilir (Linkedin, 2020). LinkedIn amaç sadece arkadaşlık kurmak değildir. Kariyer sağlamak ve elde edilen kariyeri yönetmek olan LinkedIn aracılığıyla profesyonel arkadaşlık kurmaktır (Satıl, 2011).

2.8.2.Bloglar

Bloglar web günlüğü şeklinde ifade edilir. Bir blogdaki en değerli kısmı içeriğidir. İçten ve gerçek içerik blogların değerini arttırmaktadır. Bireysel, kurumsal ya da tematik bloglar, sürekli olarak güncel tutulan, resmi olmayan ve basit bir yapısı olan, gizlilik desteğine sahip olmayan ve bireylerin yorumlarına açık olan medya platformudur (Solmaz ve Görkemli, 2012).

Bilgi girişlerinin dergi şeklinde oluşturulduğu ve ters kronolojik sıra ile yayımlandığı kullanıcı-kaynaklı sosyal ağ sitesidir. Blogların özelliklerini aşağıdaki sıralanmaktadır (Göktaş, 2010)

- Bireysel depolama ve paylaşma alanı olması.
- Ücretsiz servisler.
- Yorum ve iletişimde bulunabilme.
- Bilgi yönetimi ve depolama

Bloglar kullanım amacına göre çeşitlilik göstermektedir (Göktaş, 2010)

- İçeriği oluşturma şekline göre
 - I. Filtreleme özellikli bloglar
 - II. Dergi tipi bloglar
- Kullanım amacına göre bloglar
 - I. Bireysel bloglar
 - II. Kitle blogları
 - III. Basın yayın blogları
 - IV. Eğitim blogları
 - V. Kütüphane blogları
- İçerdiği medya türüne göre
 - I. Metin blogları
 - II. Fotoğraf blogları
 - III. Ses blogları
 - IV. Video blogları

2.8.3.Wikiler

Wiki Hawaii dilinde çabuk manasında kullanılan wikiwiki kelimesinden oluşturulmuştur. En yalın tanımıyla Wiki, kullanıcıların web sayfaları aracılığıyla dilediği gibi tasarlamasına olanak veren bilgi sayfaları topluluğudur. Topluluklar Wiki üzerinden pratik ve geniş

dokümantasyonlar oluşturabilmektedir. Bilgiye ulaşma ve bilgiyi belgeleme Wiki ile daha pratik olmaktadır. Wiki kimlik kontrol sistemleri ve erişim kontrol sistemleri ile talep edilen bireylerin istenilen içeriği serbestçe değiştirmesine olanak tanır (Özkütük, 2007).

Yazı ses, görüntü şeklindeki içeriğin birlikte oluşturulması ve paylaşılmasını temel alan Wiki uygulamaları yaşadığımız çağda farklı hedeflerle yan yana gelen kitlelerce ortak bir bilgi ortamı oluşturmak üzere büyük ölçekte yararlanılmaktadır. İş sektörlerinde Wiki hizmetlerinden fayda sağlanmaktadır. Wiki kullanan sektörler gün gün artmaktadır (Aytekin, 2011).

2.8.4.Podcast

Son zamanlarda podcast benzeri güncel web kökenli araçlara talep zaman geçtikçe artmaktadır. Podcast' ler internet aracılığıyla paylaşılan ve dijital ses çalarlarla birlikte, bilgisayar, el cihazlarında kullanılabilen medya klasörüdür. Podcast özünde istenileni arzu ettikleri zamanda istenilen kısmı ve ne şekilde istediklerini duymak isteyen bir topluluk için ses veyahut video içeriğinin üretilmesidir (Jham, Duraes, Strassler ve Sensi, 2008).

Önceki senelerde Podcast eğitim dışı amaçlar için paylaşılan mp3 biçiminde ses kayıtlarıdır. Günümüz videoların mp4 biçiminde eğitim odaklı yeni bir öğrenmeye yardımcı araç şeklinde kullanıma sunulmuştur. Podcast internet üzerinden mobil cihaza yükleme işlemi sağladıktan sonra tekrar internete ihtiyaç duymadan istenilen yerde kullanılabilir (Gülseçen, Gürsul, Bayrakdar, Çilengir ve Canım, 2010).

Podcast geleneksel medya platformlarına göre birçok artıya sahiptir (Burns, 2007).

1. Podcast'ler kullanıcıların istekleri doğrultusunda istenilen yerde ve zamanda uygulamanın kullanılmasına imkân sağlar.
2. Podcast ekonomik olarak uygundur. Abonelikler de çoğunlukla ücretsiz sağlanmaktadır.
3. Çevrimiçi kullanım sağlandığı için dünya üzerinde çevrimiçi durumda olan kullanıcılar tarafından kullanılabilir.

2.8.5.Forumlar

Forum ağları, wiki ve bloglardan ayrılmaktadır. Forum ağlarında sisteme girişte üyelik şartı aranmaktadır. Forumlarda belirlenen birinin denetimi sağlaması ve bu kişinin ağ yöneticisidir. Yöneten kişi, sitedeki yapılan yorumlara şahsen müdahalede bulunabilmektedir.

Üyelik şartını yerine getiren kullanıcılar forumda duygu ve fikirlerini paylaşma imkânı bulmaktadır (Eldeniz, 2010).

2.8.6.İçerik Toplulukları

2.8.6.1.Youtube

İlk olarak 2005 yılında oluşturulan ve içeriğe odaklanarak kullanılan Youtube dünya üzerinde çevrimiçi video konusunda etkin bir sosyal ağ konumuna geldi. Çağdaş modern medya ortamı bakımından önemli eğilimler ve tartışmalar konusunda değer gören bir alan haline geldi (Burgess, 2011).

Youtube abonelik sağlayan her bireyin sosyal ve içerik güncelleme durumlarını abonelerine ileten abonelikler yoluyla kullanıcıların birbiriyle etkileşimini sağlayan popüler bir sosyal medya platformu olarak hizmet sağlamaktadır (Wattenhofer M, Wattenhofer R, Zhu, 2012).

Youtube sosyal ağ ortamına sahip olanların yüklenmiş videoları seyredebilmekte bunun yanında arzu ettiği takdirde kendi videosunu Youtube'a paylaşabilmektedir. Bu ağa sahip olan kullanıcıların geliştirdiği içerik, bireysel klipler, video film, TV yayınları ve müzik yayınlarını içermektedir. Youtube'a aboneliği olan kullanıcılar, izledikleri içeriklere düşüncelerini yorum olarak paylaşmaktadır (Bostancı, 2010).

2.8.6.2.Flickr

Flickr, resim paylaşım ağı ve web hizmetidir. Fotoğrafların paylaşılmasında üne kavuşması ve herkesçe denenmesinin nedeninden ilki Blogger'lar için fotoğraf deposu şeklinde faydalanmasından dolayıdır. Flickr ile fotoğraflar belli özelliklerine göre düzenlenmektedir. Flickr bu şekilde hizmeti üne kavuşmasının sebeplerinden biri olarak görülmektedir (Bostancı, 2010).

Flickr bireylerin ortak çalışmasına uygun bir sosyal platformdur. Başka sosyal medyalar aracılığıyla fotoğraf paylaşılması olanağı sağlamaktadır. Fotoğraf yanı sıra uzun olmayan video paylaşımının olduğu, arkadaşlıkların kurulduğu bir platformdur. Avantajlı durumlarının yanında bazı sınırlılıklar da içermektedir. Türkçe dil desteği sağlamaması, uzun videolara izin vermemesi, ücret karşılığında kullanan ve kullanmayanlar için depolama alanı kısıtlamalarının olması sınırlılıklar içerisindedir (Akyol, Ünal, Aydın, Öztürk, Karademir, vd., 2012).

2.8.6.3.Instagram

Mike Krieger ve Kevin Systrom tarafından ilk olarak İOS işletim sisteminde piyasaya sunuldu (Musonera, 2018). Instagram 700 milyon aktif kullanıcıyla dünyanın en büyük ikinci sosyal ağıdır (Segev, Avigdor, N., Avigdor, E., 2018). Instagram, akıllı mobil cihazlar üzerinden fotoğraf ve video paylaşılması amacıyla oluşturulmuş sosyal medya platformudur. Instagram üyeliği sağlayan her kullanıcının bir profile ve haber ekranı vardır. Instagram üzerinden paylaştığımız içerikler profilimizde görüntülenir. Takip edildiğiniz kullanıcılar kendi haber akışında paylaştıklarınızı görmektedir. Karşılıklı etkileşimde bulunan kullanıcılar birbirinden gelen mesajları da görebilmektedir. Instagram diğer sosyal medya araçlarında olduğu gibi yorum yapma, beğenme etiketleme ve mesajlar yoluyla iletişim kurmaktadır (Moreau, 2018).

Facebook 2012 yılında Instagram' ı satın aldı (Çayırılı, 2017). İnstagram aktif olarak kullanılan sosyal ağ uygulaması ile fotoğraf ve video paylaşılmasına olanak tanımaktadır. Facebook Instagram' ı satın aldıktan sonra önemi 35 kat yükseldiği söylenmektedir. Bu anlamda basit ara yüz ve pratik kullanımının olması açıklık özelliğini göz önünde tutması, Instagram 'ın her yaş düzeyinden bireye ulaşması ve yaygın olarak kullanılması olarak düşünülebilir (Tutgun-Ünal, 2015).

Instagram' ı cazip kılan en değerli özellik, çekilen fotoğraflar hızlı ve kolay bir biçimde filtre ve efekt oluşturulabilmesi. Efekt ve filtreler fotoğrafların daha değerli hale gelmesini sağlamaktadır (Ergürel, 2011).

2.8.6.4.Foursquare

Foursquare gerçek hayatta çevremizde bulunan her şeyi ortaya çıkarmak konusunda fayda sağlayan telefon uygulamasıdır. Kullanıcı istediği yerden çevresindeki işletmeleri sorgulatabilir yeni işletmeler bulabilir (Foursquare, 2020).

Uygulamanın etiketleme hizmeti neticesinde bireyler ziyaret ettikleri yerleri uygulamada belirtmektedirler. Uygulama bireyin anlık yerini bilmektedir. Etiket yapılan mekânda kullanıcının bulunması gerekir. Uygulamayı kullanmak için hesap oluşturma şartı bulunmamaktadır (Ertuğrul ve Önal, 2014).

Uygulamayı kullanım amacı içerisinde daha çok bilmedikleri yiyecek ve içecek mekanları bulmak amacıyla kullanılmaktadır. Bunun yanında kullanıcılar ziyarette bulunmak istedikleri işletmeler hakkında bilgi almak için kullanılmaktadır. Uygulamayı daha çok mobil

cihaz kullanımını durumuna göre genç bireyler içinde kullanılmaktadır. Sosyal medyayı kullanan bireyler genel anlamda 24 yaşından küçük ve öğrenciler tarafından kullanılmaktadır (Bekar ve Özçetin).

2.8.7. Microbloglar

Microbloglar kullanıcıların web siteleri, üçüncü taraf uygulamaları yada akıllı telefonlarla birlikte birçok araç ve kaynaktan faydalanılarak kısa metinlerle bilgi aktarılmasına imkân sağlar. Geleneksel Bloglar 'ın tersine, paylaşımlarının kısa olması önemli olmaktadır. Devamlı bir haber akışı sağlanmakta ve takipçiler tarafından görülmektedir. Güncellemeler için yorum da bulunulabilir veya direkt olarak mesaj ile cevap verilebilmektedir (DeVoe, 2009).

2.8.7.1. Twitter

Twitter en bilinen mikroblog aracı olarak gözükmektedir. Ekim 2006' da oluşturulan Twitter Obvious Corp tarafından kuruldu. Twitter ile web, sms, anlık mesajlaşma sistemleri ve üçüncü şahıs uygulamaları aracılığıyla mesaj gönderilen ve mesaj alınabilen mikroblog aracıdır. Gönderilen mesajlar 140 metin karakteri ile sınırlandırılmıştır. Bu yüzden twitter için 140 karakterde sosyal ağ olarak adlandırılmaktadır (Grosseck ve Holotescu, 2008). Twitter ne kadar 140 karakter sosyal medya olarak anılsa da 2017 yılında karakter sayısı 140' dan 280' e esnetilmiştir (NTV, 2020)

Bireyler Twitter ile etkileşimde bulunmak, soru sormak, yönlendirme, destek sağlama, tavsiye talep etmek ve başkalarıyla tartışarak yorumda bulunmak ya da fikirleri dile getirmek için kullanılır. Twitter bireysel yayın ve haberleşmeyi birleştirerek gerçek zamanlı yayın yapma imkânı oluşturdu. Kullanıcılar birbirini takip edebilmektedir (Grosseck ve Holotescu, 2008). Twitter yalnızca anlık düşünceleri ifade etmek veya haberleşmek amacıyla kullanılmamaktadır. Özellikle büyüyen dünyada birçok amaç için faydalanılan fazlasıyla pratik bir sosyal platform durumundadır (Özer, 2019). Twitter diğer sosyal medya araçlarında olduğu gibi belli amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Dijek (2011) Twitter' ın kullanım amaçlarını aşağıdaki gibi sıralamıştır.

- Sohbet ve diyalog amacıyla kullanılması (Telefonda yapılan iletişim şeklinde, fakat metinsel anlamda sözlü ve tek bir bireyle sınırlı olmayan; karşılıklı konuşma gibi, ancak bir kişiyle sınırlı olmamaktadır).
- Dayanışma ve değişim imkânı sunması.

- Kullanıcıların kedilerini anlatabilmesi ve kendileriyle iletişim içinde olmasını sağlamaktadır. (Blogging şeklinde olması).
- Pozisyon güncelleme ve takibini yapabilmek.
- Bilgi ve haber paylaşımında bulunabilme.
- Pazarlama ve reklam konusunda faydalanma.

Twitter özellikle toplumun alışkanlıkları, yaşam şeklini, ileriye dönük beklentilerini araştırma açısından önemli bir sosyal medya uygulamasıdır (Chrzanowski ve Levick, 2012).

2.8.7.2.Tumblr

Tumblr, Ocak 2014 itibarıyla 166,4 milyonda fazla kullanıcı bunun yanında 73,4 milyar paylaşım ile Twitter'ın hemen ardından ikinci sırada Microblog olarak kullanılmaktadır. Tumblr kayıt olmak basittir. Uygun bir e-posta adresiyle 30 saniye içerisinde Tumblr kayıt sağlanıp kullanılabilir. Tumblr kullanıcıları birbirini takip edebilmektedir. Farklı sosyal medya uygulamaları için Tumblr'daki bağlantılar karşılıklı onay istememektedir. Tumblr'deki sosyal ağ tek yönlü olmaktadır. Tumblr ve Twitter Microblog ağları içerisinde yer almaktadır. Tumblr bazı özellikleriyle Twitter'a göre farklılık göstermektedir;

- Her metin için uzunluk kısıtlaması yoktur.
- Tumblr, görüntü, ses şeklindeki multimedya paylaşımını destekler
- Tumblr onaylanmış ve onaylanmamış hesaplar olarak ayırmaz (Chang, Tong, Inagaki ve Liu, 2014).

2.8.8.Diğer Araçlar

2.8.8.1.Whatsapp

WhatsApp anlık etkileşimde bulunulmasına imkân sağlayan mobil cihazlar yardımıyla çalışan bir platformdur (Allagui, 2014). Daha önce mevcut olan veri planımızı kullanarak herhangi bir ücret verilmeden kişilere ve arkadaş topluluklarına resim, video, ses ve konum destekli mesaj yollamamızı olanak tanır. WhatsApp uygulamasından faydalanılması için akıllı telefonlarda internet erişiminin olması gerekmektedir. Bunun yanında her iki kullanıcının onaylı yazılımının var olması gerekmektedir. WhatsApp kullanıcılarına ilave olarak sosyal bilgiler sağlar. Örnek olarak bireyler etkileşimde buldukları kullanıcıların çevrimiçi, yazma saatleri, yazdıkları saatlerini haberdar olmaktadır (Church ve De Oliveira, 2013). We Are Social (2020) araştırmasına göre ülkemizde Youtube ve Instagram platformlarından sonra WhatsApp uygulaması gelmektedir.

2.9.Eğitim

Bireyin akılı, bedeni, duygusal, toplumsal becerileri, davranışlarının daha uygun bir biçimde veya arzu edilen Şekilde geliştirme, kişiye belli hedeflere y6nelik yeni beceriler, davranışlar, bilgiler verilmesi Şeklindeki uğraşların t6m6 Şeklinde tanımlanmaktadır. Eğitim yaşam s6uresince gerekleēebilir, planlı veya rastgele oluşabilir (Aky6z, 1982). Eğitim ile aşılanan davranışlar yaşantı ile oluşmuştur. Bilinçli yapılmaktadır ve arzu edilen davranışları içerir. Eğitim, bir milletin muasır uygarlık seviyesine yetiēebilmesi bilim ve teknikte ileri d6zeylere ulaşabilmesinde 6nemli bir etkidir. 6lkelerin hedefi eğitimle kabiliyetli bireyler oluşmasını sağlamaktır. Eğitim tanımından yola çıkararak bazı 6zellikleri vardır.

- Eğitim kişiye topluma faydalı hale getirmektir
- Bireyin sosyalleşmesini sağlamaktadır.
- Kişinin aklını kullanmasını sağlamaktadır.

Eğitim uzun zamanda gerçekleştirilen bir durumdur. Bilgi ve teknolojinin gelişmesi ve yaşanan yeni durumlar ile bireyin eğitimine s6re kısıtlamasını kaldırmakta ve bu s6recin bireyin d6nya hayatına gelmesiyle başlayıp 6l6m6ne kadar devam ettiği kabul g6rmektedir (Demirci, 2011).

Eğitim değişim için ihtiyaç duyulan bununa birlikte değişimden etkilenen bir durumdadır. Değişimin ıkış noktası eğitimi bireyler ve o bireylerin oluşturduğu 6r6nler olmaktadır. Yaşanan değişimlerin eğitime etkisi normal bir durumdur. Elde edilen bu zincirin hatasız bir Şekilde ilerlemesi, kişilerin arzu edilen değerde olması konusunda çaba g6sterilmelidir. Toplumun isteklerine cevap veren bireyler oluşması eğitimin ana hedeflerinden biri olduğu d6ř6n6ld6đ6ne g6re bilgi ve teknoloji d6nyasına elverişli, toplumların yapısını yansıtan bireyler oluşturması gereksinimi vardır. Yetişen kişilerin bilgiyi elde etmesi, bilgiyi organize etmesi, bilgiyi paylaşabilmesi, iletişim sağlayabilecek duruma ulaşmaları gerekmektedir (ŐimŐek, 1997). Kısacası eğitimin g6revi;

- Yaşam koşullarını ve gelişen teknolojinin 6đrenilmesi
- Bireyin eğitime uygun duruma gelmesini sağlamak
- ağın gereksinimlerine uygun bilgi ve yeteneklere sahip olmasını sağlamak
- Bilginin ne Őeklide 6đrenilmesi gerektiğini 6đretmek Şeklinde olmalıdır (6ztan ve İlik, 2012).

2.10.Fen Eğitimi

Fen bilimlerine doğa bilimleri de denilmektedir. Bireylerin yaşamlarını devam ettirdikleri çevreyi algılayıp yorumlama, çevredeki düzeni sağlama fikrini uyandıran bilgi ve yeteneklerin özüdür (Hançer, Şensoy ve Yıldırım, 2003).

Bilgi paylaşımı ve haberleşmenin oldukça hızlı değişimin yaşandığı, bilimin katlanarak yükseldiği ve gün geçtikçe etkisini arttırdığı ve teknolojinin kullanıldığı bir yüzyıl da bulunmaktayız. Ülkelerin geleceğinde fen ve teknoloji eğitiminin önemli bir yeri vardır. Bu anlamda hemen her toplum devamlı bir şekilde fen ve teknoloji eğitiminin niteliğini artırma konusunda çalışılmaktadır. Ülkeler birbiriyle yaşadıkları rekabet durumu, ülkelerin bireyin etkin eğitim alma konusunda da rekabet içinde olmasını sağlamaktadır. Ülkemizin gelişmesi iyi eğitim görmüş bireyler ile sağlanacaktır (Bayrak ve Erden, 2007).

Geleceğin bilim insanını oluşturma konusunda başlangıç noktası ilköğretimdir. Bu kademe fen eğitimi noktasında gerekli olan merak, ilgi kuşkulama gibi durumların gelişmesini sağlamaktadır. Bu anlamda fen öğretimi için yapılacak çalışmaların ilköğretim kademesinden itibaren yapılması kaçınılmazdır (Sutherland ve Dennick, 2002). Kaliteli birey isteğinin sürekli artmakta olduğu ülkemizde 06-14 yaş grubu öğrencilerin sürdürdüğü zorunlu eğitim içinde olan ilköğretim fen bilgisi eğitiminin önemi oldukça fazladır (Korkmaz, 2002).

Gelişim gösteren dünyada halkın arasında dünyaya gelen ve büyüyen bireyler için eğitim kurumunda aldığı fen öğretimi hayat boyu devam eden fen öğretiminin önemli bir kısmını oluşturur (Raizen, 1998).

Fen bilimleri eğitimi bireyin etrafındaki ilgi çekici ve şaşırtıcı durumların eğitimidir. Bireyin tükettiği besinin, tükettiği suyun, aldığı nefesin, kullandığı arabanın, faydalandığı güneş ışınlarının eğitimidir. Genel anlamda fen eğitimi bireyin ilgi ve istekleri gelişim basamakları, çevresel imkanları da düşünülerek uygun yöntem ve metot ile yapılan basit somut bir eğitimdir (Gürdal, 1988). Fen eğitimiyle genel olarak amaçlanan bireyde fen okuryazarlık, zihinsel ve el becerisi, fen ya da teknoloji ile ilgili mesleki eğitime zemin hazırlamaktır (Çepni, Özmen ve Ayvacı, 2016).

Bilim ve teknolojik alanda deneyimin çoğalması sonucu, fen bilimleri konusunda yaşanan gelişmeler de aynı şekilde devam etmektedir (Hurd, 1998). Fen bilimleri eğitim programları farklılaşan ve gelişen bilim ile devamlı olarak yenilenmesi ihtiyacı vardır. Bu hedefe ilerleyebilmenin tek şartı fen bilimleri programının eğitim, bilim ve teknolojiye oluşan değişim ve gelişime paralel şekilde tekrardan düzenlenmelidir. Bu dönemde modern fen eğitiminde

hedef, bireylerin fen bilimleri ile alakalı bilimsel bilgileri ezber şeklinde değil, yaşamları boyunca karşılarına çıkacak olan fen problemlerini sonuçlandırmaları için ihtiyaçları olan bilimsel tutumları ve zihinsel süreç becerilerini yetenekleri doğrultusunda kazanmalarınıdır. Böylelikle birey bilimsel düşünme, davranışta bulunma ve fen ile alakalı becerilerin kazanılması sağlanmaktadır (Bayrak ve Erden, 2007).

Ülkemizde Millî Eğitim Bakanlığı Fen Bilimleri Dersi Öğretim Programı öğrenme, öğretme kuram ve uygulanması bakımından bütünsel bir yapı benimsenmiştir. Eğitimde öğretmen odaklı değil öğrenci odaklı bir yaklaşım benimsenmiş, öğrencinin kendi başına araştırma yapıp ulaştığı bilgileri sorgulaması hedeflenmiştir. Bu süreçte öğretmenlerin amacı öğrencilerin fen teknoloji mühendislik ve matematik branşlarını birbiriyle ilişkilendirilerek problemlere çözüm getirmesi, yenilikçi buluşlar tasarlayabilecek yetkinliğe ulaştırmayı amaçlamaktadır (MEB, 2018).

2.11.Sosyal Medya ve Eğitim

Gençler arasında sosyal medya, okul dışı ortamlarda en popüler iletişim biçimi haline geldi; Gençlerin çoğu, mesajlaşma ve yüz yüze etkileşimlerin yanı sıra en çok tercih ettikleri iletişim biçimi olarak sosyal medyayı günde birden çok kez kullandığını bildirdi (Greenhow, vd., 2019; Rideout ve Robb, 2018). İnternetin 20. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkması ve teknolojinin bu anlamda gelişimi, bireylerin kurdukları iletişimin yanı sıra insanların da yaşama biçimlerinde farklılıklar oluşturmaya başlamıştır. Bireyler direkt olarak yüz yüze iletişim kurmak yerine teknolojik yazılımlar sayesinde oluşan iletişim araçlarıyla etkileşim kurmaya başlamıştır. Bu yazılımların büyük kısmını sosyal medya oluşturmaktadır. Sosyal medya ile bireylerin iletişim kurma alışkanlıkları, çalışma hayatları bunun yanında öğrenme durumlarının yeniden oluşturulması sağlanmıştır (Öztürk ve Talas, 2015). Bu süreçte eğitimcilerin de gençler arasında popüler olan bu teknolojiden ayrı kalması imkânsız görülmektedir. Bu yüzden gelişmelere bağlı olarak çağa uygun eğitim ortamlarının oluşturulması da gerekmektedir. Öğrenciler arasında günlük olarak fazlaca zaman ayrılan sosyal medyanın, eğitime nasıl uygulanabileceği halen araştırılan bir konudur (Ekici, 2012; Hussin, 2018). Hemen her yaş grubundan kullanıcıya kolaylıkla ulaşması ve herhangi bir maliyetinin olmaması, bireyin öğrenmesi ve araştırma yapması konusunda olanaklar sunması eğitim alanında sosyal ağların kullanılmasının önemini arttırmıştır. Eğitim konusunda karar vericilerin sosyal medyanın etkisini görmezden gelmeleri düşünülememektedir (Sarsar vd., 2015). Sosyal medya platformları eğitim alanında sürekli olarak takip edildiği ve bireylerin dikkatini buraya yönlendirdiği için farklı uyarıcılarla (ses, görüntü) kalıcı öğrenmeler sağlamasına yardımcı olmaktadır (Özer, 2019).

Zaman geçtikçe sosyal medyanın bireylere sunduklarıyla birlikte kullanımı da artmaktadır. Değişmekte olan teknolojiye uyumun sağlanması, eğitimin içindeki hemen her ferdin sosyal medya ortamlarını kullanması, bu anlamda sosyal medyanın eğitimdeki kullanımını önemli hale getirmiştir (Grant, 2008).

Teknolojide yaşanan değişim ve gelişmeler bireylerin iletişim şekillerinde yaşanan değişimin yanında gündelik yaşamlarını da farklılaştırmıştır (Çakır ve Yükseltürk, 2010; Alt ve Boniel, 2018). Eğitimde bu değişimin oluşmasını ve öğrencilerin arasında devam etmesini sağlayan sosyal medya platformlarıdır. Bireylerin sosyal ağlarla kurdukları iletişim sayesinde ortak yönleri olan gruplar oluşur ve bunların bir arada olmalarını sağlar. Bu etkileşim zamanla daha profesyonel şekilde ilerlemeye de başlayabilir. Bu şekilde internet ortamında gerçekleşen eğitim bu anlamda aynı dijital ortamı paylaşan bireyler arasında gerçekleşmesi ve motivasyon ile ortak bir özellik sayesinde daha etkili bir iletişim sağlanabilmektedir. Böylelikle ayrı yerlerde yaşayan birbirinden uzak bireyler arasında daha kolay ve etkin bir etkileşim kurma fırsatı sağlamaktadır (Hargreaves, 2002; Alt ve Boniel, 2018). McLoughlin ve Lee (2007) ise bu durum öğrenciler arasındaki sosyal iletişimi arttırdığını, fikir alışverişini sağladığını, içerik üretimi gibi olumlu etkileri olduğu belirtilmiştir. Ajjan ve Harsthone (2008) yapmış oldukları çalışmada sosyal medya platformları sayesinde öğrencilerin yeni bilgileri daha iyi kavradığını öğrenciler arası iletişimi arttırdığını, öğrencilerin derse aktif katılımlarını arttırdığını ve derslere kolay uyum sağlandığı bulunmuştur.

Yunanistan'da üniversite öğrencileri arasında 2015 yılında yapılan bir araştırmada öğrenciler arasında sosyal medya kullanımının; kişisel, akademik ve iletişimsel durumlar açısından pozitif ve negatif etkileri araştırılmıştır. Pozitif anlamda yeni bilgileri güncel tutmayı kolaylaştırdığı, mesleki ve mentörlük ilişkilerinde kimlik oluşumunu, kültürler arası paylaşımı arttırdığı, olumlu ilişkiler kurulması yönünde pozitif etki sağladığı bulunmuştur. Bu gibi olumlu sonuçlara karşılık duygusal durumlarda ve iletişim kurma noktasında izole olma ve güvenlik endişelerine neden olduğu belirtilmiştir. Öğrenciler sosyal medya araçlarının eskiye oranla arkadaşları ve aileleriyle yüz yüze görüşmesini azaltıcı yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Aileler mahremiyet ve kişisel bilgileri üzerine endişelerinin arttığını belirtmişlerdir. Araştırmadaki mezun olan ve olmayan öğrenciler karşılaştırıldığında daha genç olan yaş aralığındaki öğrencilerin güvenlik kaygılarının daha az bulunduğu, çevrimiçi platformlarda etkileşim kurdukları kişilere fazla güven duydukları gösterilmiştir (Kitsantas, Chirinos, Hiller ve Kitsantas, 2016).

2.12. İlgili Araştırmalar

Ünal ve Hastürk (2013) tarafından yapılan araştırmada 56 ortaokul öğrencisinin normal müfredatla ve EBA ile aldıkları eğitimlerin ‘Dolaşım Sistemi’ konusu üzerine başarıları araştırılmıştır. Öğrencilerin konu öğrenmeden yapılan ilk sınav sonuçları benzerlik gösterirken konu öğrenimi sonrası yapılan sınavda internet ortamında görsel materyallerle desteklenmiş EBA platformundan yararlanan grubun diğer gruba göre sınav ortalamaları daha yüksek çıkmıştır.

Tanrıverdi ve Sağır (2014) 1167 lise öğrencinin sosyal medyayı kullanım amaçları ile ders başarıları arasındaki etkisini araştırmışlardır. Sosyal medyayı iletişim, kendini tanıtmaya ve ders çalışma amaçları bakımından kullanmaktadırlar. Araştırma sonuçları incelendiğinde sosyal medyayı iletişim ve ders amacıyla kullanımlarının yıl sonu başarısını olumlu etkilediği fakat kendini tanıtmaya amacıyla kullanımlarının ders başarısını azalttığı bulunmuştur.

Bilen, Ercan ve Gülmez (2014) tarafından yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin facebook hesabı olması, bunu kullanma amacı, bu hesabı ne kadar süreyle kullandığı gibi kişisel bilgileri saptama ve facebook’u benimseme sürecini belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma 2012-2013 güz döneminde Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde Eğitim Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesinde 1. ve 2.sınıf devam etmekte olan 259 öğrenciye uygulanmıştır. Veri toplama aracı olarak daha önce araştırmacılar tarafından geliştirilmiş olan “Facebook Kullanım Amacı Ölçeği” ve “Facebook Benimseme Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, tek yönlü varyans analizi testi ve bağımsız gruplar t testi yapılmış ve verilerin frekans, aritmetik ortalama ve standart sapmalara dayalı olarak veriler analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin sosyal paylaşım sitelerini yoğun olarak kullandıklarını, facebook’u genelde günde 1-3 saat arasında kullandıkları, kullanım amacının çoğunlukla fotoğraf, video paylaşımı ve mesajlaşma şeklinde olduğunu, öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal paylaşım sitelerinde 300’ün üzerinde arkadaşına sahip olduklarını, sosyal paylaşım sitelerini yeni arkadaşlar bulmaktan çok var olan arkadaşlıklarını sanal ortamda sürdürmek amacıyla kullandıklarını, en çok akran gruplarına, en az ise internet ve teknoloji gruplarına üye oldukları tespit edilmiş ve öğrencilerin Facebook’u çok fazla eğitim amaçlı kullanmadığı görülmüştür.

Akgündüz ve Akınoğlu (2017) yapmış oldukları araştırmada ilkokul 7. Sınıfa giden 74 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada “‘Vücudumuzdaki Sistemler” ünitesi harmanlanmış eğitim ve sosyal medya ile desteklenmiş biçimde anlatılmıştır. Öğrenciler üçer

gruba ayrılmış ilk kontrol grubu yüz yüze eğitim almış ikinci grup harmanlanmış üçüncü grupsa sosyal medya ile desteklenmiş biçimde eğitim almışlardır. Grupların konu anlatımı öncesi ve sonrası yapılan sınavlar sonucunda ön test ve son test puanları arasında harmanlanmış ve sosyal medya destekli eğitimde anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Deneysel öğrenmeye istekleri eğitim sonucunda karşılaştırıldığında sosyal medya destekli eğitimde daha yüksek bir motivasyon sağladıkları görülmüştür. Araştırmada sosyal medya internet ortamında eğitim alan öğrencilerin zaman zaman internet kopuklukları ve sistemsel arızalar nedeniyle derslere katılamadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca öğrenciler harmanlanmış eğitimin kendileri için daha faydalı olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak harmanlanmış eğitim ve sosyal medya destekli eğitimin yüz yüze eğitime göre daha faydalı olduğu bulunmuş fakat harmanlanmış eğitim ile sosyal medya destekli eğitim arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Chromey, Duchsherer, Pruett ve Vareberg (2016), yapmış oldukları çalışmada 76 lisans derecesinde bulunan öğrencilerin sınıf ortamında sosyal medya kullanımına ilişkin algılarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışma öğrencilerin sosyal medya sosyal medya algılarının tespit edilmesinin ile hem öğretmen hem de öğrenci açısından etkili bir sınıf ortamı oluşturulmasına yardımcı olabileceği belirtilmiştir. Çalışma verileri neticesinde sosyal medyanın olumlu durumunun yanında olumsuz etkileri de olabileceği görülmüştür. Öğrencilerin kendi istekleri doğrultusunda sosyal medyanın sınıf içerisinde kullanımını kabul ettikleri ifade edilmiştir. Ayrıca öğrenciler kişisel bilgilerini paylaşmadan, gönüllülük esasına dayanarak, paylaşılan duyurulardan haberdar olmak ve yapılan işte pratiklik oluşturuyorsa sosyal medya kullanımını uygun bulduklarını belirtmişlerdir.

Tüzel ve Hobbs (2017) tarafından yapılan çalışmada 41 Türk ve 43 ABD’li 84 7.sınıf öğrencisi katılmıştır. Çalışmada 7.sınıf öğrencilerinin kültürler arası anlayışı teşvik etmek için çevrimiçi sosyal medya yoluyla etkileşimde bulunduğu ABD ve Türkiye’deki öğretmenler arasında bir iş birliği vaka çalışmasıdır. Yapılan çalışma ile bir öğrenme etkinliğinde öğrencilerin çevrimiçi yazma, fotoğraf gönderme, köprüler kullanarak paylaşımında bulunması dijital ortamda seslerini paylaşarak düşüncelerini gayri resmi olarak iletme olanaklarına sahip oldukları tespit edilmiştir. Yapılan çalışma ile öğrencilerin birbirleriyle etkileşim içerisinde bulunma durumlarına önem verdiklerini ve birbirleriyle ortak ilgi alanlarını paylaştıkları görülmüştür. Yapılan çalışmada ABD ve Türk öğrencilerinin etkileşiminde kültürel paylaşımın ortak bir alan olarak kullanılması öğretmenler tarafından uygun bulunmamıştır. Bu sosyal medya yoluyla etkileşimde öğrencilerin daha çok ABD kültürünü konuşma paylaşma üzerine

eğilim içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte öğrenme etkinliği öğrencilerin küresel medya kültüründe var olan asimetrik güç durumlarını anlamalarını sağlamıştır.

Burnette, Kwitowski ve Mazzeo (2017) yapmış oldukları çalışma ile erken dönem ergen kızlarda (12-14 yaş) sosyal medya kullanımı ile beden imajı arasındaki ilişki araştırılmak istenmiştir. Çalışmaya toplam 38 öğrenci katılım sağlamıştır. Tematik analiz verilerindeki durumlar belirlenmiştir. Yapılan çalışmada sosyal medya kullanımının yüksek olduğu görülmüştür. Kızların akranlarıyla dış görünüş kaygısı yaşadıkları, sosyal karşılaştırmaya gittikleri görülmüştür. Bununla birlikte yüksek medya okuryazarlığı farklılıkları kabul etme, bireyin özgüvenini, sosyal medyaya maruz kalma ve beden imajı arasındaki olumsuz durumu azaltmada yardımcı olacak durumları gösterdiği görülmüştür. Bu durumun aile bireylerinin olumlu etkisi ve destekleyici okul ortamı tarafından beslendiği ifade edilmiştir. Sonuç olarak elde edilen bulgular neticesinde ergenlik döneminde sosyal medya kullanımı ile beden imajına ilişkin tutum ve davranışlarıyla ilişkili olduğu görülmüştür.

Chugh ve Ruhi (2018) yapmış oldukları çalışmanın amacı, yükseköğretimde bir eğitim aracı olarak sosyal medyanın, özellikle Facebook'un rolünü analiz etmektir. Bu makale, literatürün gözden geçirilmesi yoluyla, Facebook'un öğrenme ve öğretme için bir eğitim aracı olarak kullanıldığı sayısız yolu araştırıyor. Facebook kullanımının, artan öğretmen-öğrenci ve öğrenci-öğrenci etkileşimi, gelişmiş performans, öğrenme kolaylığı ve daha yüksek katılım gibi öğrenme ve öğretme için birden fazla faydası tespit edilmiştir. Makale ayrıca, eğitimcilerin baskınlığından gizlilik endişelerine kadar Facebook kullanımının potansiyel sorunlarına ve sınırlamalarına da dikkat çekiyor. Son olarak, sosyal medyayı benimsemeyi teşvik etmek için eğitimciler tarafından benimsenebilecek Facebook kullanım yönergeleri önerilmiştir. Yüksek öğrenimde sosyal medya kullanımı artmaya devam ettikçe, gelecekteki ampirik araştırmalar garanti edilmektedir.

Çömlekçi ve Başol (2019) yılında yapmış oldukları çalışmada gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaçla araştırmaya 763 üniversite öğrencisi ile yapılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre sosyal medyayı en çok eğlence, iletişim ve gündemi takip etmek için kullanılmaktadır. En az kullanımda ise bireylere ulaşmak, kişisel sunum ve bilgi paylaşımı ile insanları daha tanımak amacıyla kullanılmıştır. Ayrıca katılımcılar sosyal medyada günlük ortalama 4 saat 16 dakika zaman geçirmektedir.

Kumçağız, Özdemir ve Demir (2019) tarafından ergenlerde sosyal medya kullanımının akademik başarı ve arkadaşlık ilişkilerine etkisi incelenmiştir. Çalışmada en az bir sosyal

medya hesabı kullanan 9. 10. 11. sınıf kademesinde bulunan 258 öğrenciye uygulanmıştır. Yapılan çalışma ile katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerinin artmasıyla akademik başarılarında düşüş yaşandığı ve derslerde arkadaşlık ilişkilerinin olumsuz anlamda etkilendiği belirlenmiştir.

Festi (2021) yapmış olduğu çalışma ile ergen öğrencilerin online sosyal medya ağlarını ele almakta ve sosyal medya okuryazarlığının gündelik hayatlarında geniş ve gelişimsel bir kavramsallaştırılmasını ölçülebilen ampirik bir araştırmadır. Geliştirilen ölçme aracı ile ergenlerin sosyal medya okuryazarlığını farklı bileşenler ile yakın aile ve akranların sosyal çevrimiçi davranış durumunu ne şekilde etkisi olduğu araştırılmıştır. Araştırmada Almanya’da öğrenim gören 1.508 ortaokul öğrencileri katılmıştır. Çalışmada öğrencilere bir anket uygulandı. Elde edilen veriler incelendiğinde ergenler bilgi, beceri ve motivasyon, davranışsal motivasyon ile birlikte katılımcı- ahlaki, iletişimsel ve eğitimsel davranışları pozitif yönde öngörülmüştür. Ebeveyn ve akran baskısı ergenlerde çevrimiçi sosyal davranışlarını etkilediği akranlarıyla iletişimsel-bütünleştirici davranışa karşılık, katılımcı-ahlaki davranış durumunda farklı etkiler gözlemlenmiştir.

Şahin ve ark. (2021) tarafından 2019-2020 öğretim yılındaki 6. Sınıfa giden öğrencilerin işbirlikli öğrenci gruplarıyla öğrenme ve dijital medya ile desteklenmiş işbirlikli öğrenci gruplarıyla öğrenme becerilerinin ‘Boşaltım Sistemi’ konusunu öğrenme başarıları karşılaştırılmıştır. Sınav sonrası sonuçlar karşılaştırıldığında iki yöntem arasında anlamlı bir farklılık oluşmadığı görülmüş iki yöntemin de ilk teste göre başarıyı arttırdığı fark edilmiştir. İki yöntemin de akademik başarıda etkili olabileceği ve kullanılabileceği belirtilmiştir

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Modeli

Bu araştırma ortaokul 7. ve 8.sınıf sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesi ve bunların yıl sonu fen bilimleri dersi akademik başarısı ile bir ilişkisinin olup olmadığına tespit edilmesi hedeflendiğinden betimsel tarama ve ilişkisel tarama modellerinden yararlanılmıştır. Tarama modeli, evreni temsil eden bir grubun belirli özelliklerinin belirlenmesi için hazırlanan sorular ile yapılan çalışmalara denir (Check ve Schutt, 2011). İlişkisel tarama ise iki veya ikiden fazla değişkenler arasındaki ilişkinin durumunu tespit etmeye yarayan çalışma modelidir (Fraenkel ve Wallen, 2012).

3.2.Örneklem

Araştırmanın evrenini, 2020-2021 eğitim- öğretim yılı içerisinde Tokat ve Antalya illerinde bulunan Millî Eğitim Bakanlığına bağlı ortaokul kademesinde bulunan 7. ve 8. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Bu amaçla ilgili illerden 7. ve 8.sınıf düzeyinden farklı okuldan 352 öğrenci araştırmada örneklem olarak kullanılmıştır. Çalışmanın uygulandığı illerin seçilmesindeki ilk faktör ulaşılabilirlik daha sonraki nedenler bölge olarak karadeniz ve akdeniz bölgesinde yer alması ayrıca nüfus bakımından Antalya'nın büyükşehir, Tokat'ın ise şehir olması bu iki şehrin seçilmesinin nedeni olarak söylenebilir. Çalışmanın okullarda uygulama aşamasının yapıldığı tarihlerde Covid-19 pandemisinin ortaya çıkması ve yüz yüze eğitime ara verilmesi yüzünden, kullanılan ölçekler çevrimiçi olarak öğrencilere ulaştırılmış ve veriler bu şekilde toplanmıştır. Ölçeklerin öğrencilere ulaştırılması aşamasında okul yöneticileri ve ilgili fen bilgisi öğretmenlerinden yardım alınmıştır.

Tablo 3.1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımları

Değişkenler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kız	229	65,1
	Erkek	123	34,9
Toplam		352	100

Araştırmaya, 229'u (%65,1) kız, 123'ü (%34,9) erkek olmak üzere toplamda 352 öğrenci katılım sağlamıştır. Araştırmaya katılım sağlayan öğrencilerin çoğunluğu kız öğrencilerden oluşmaktadır (Tablo 3.1).

Tablo 3.2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıfa Göre Dağılımı

Sınıf	Frekans	Yüzde
7.sınıf	216	61,4
8.sınıf	136	38,6
Toplam	352	100

Araştırmaya katılan 216'ı (%61,4) 7.sınıf, 136'sı (%38,6) 8.sınıf öğrencilerinin katılım sağladığı görülmektedir. Yapılan araştırmanın amacına uygun olarak çoğunluğu 7.sınıf öğrencileri oluşturmaktadır (Tablo 3.2).

Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bulunduğu Şehre Göre Dağılımları

Şehir	Frekans	Yüzde
Antalya	199	56,5
Tokat	153	43,5
Toplam	352	100

Araştırmaya katılan 199'u (%56,5) Antalya ilinde, 153 (%43,5) Tokat ilinde bulunan okullarda bulunan öğrencilerden oluşmaktadır. Çoğunluk Antalya ilinden katılım gösteren öğrencilerden oluşmaktadır (Tablo 3.3).

Tablo 3.4. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Ders Notu Aralığına Göre Dağılımı

Ders Notu Aralığı	Frekans	Yüzde
0-69	23	6,5
70-84	126	35,8
85-100	203	57,7
Toplam	352	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin not ortalaması dağılımını incelediğimizde, 23'ü (%6,5) 0-69, 126'sı (%35,8) 70-84, 203'ü (%57,7) 85-100 aralığındaki öğrencilerden oluşmaktadır. Not yoğunluğunun en az 0-69 aralığında, en fazla yoğunluğun 85-100 aralığında not ortalamasına sahip öğrencilerden oluşmaktadır (Tablo 3.4).

3.3. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada ölçek sorularından önce, demografik bilgi soruları (yaş, cinsiyet, sınıf vs..) yanında inceleme konumuzla ilgisi olacağını düşündüğümüz "günde kaç saat internet kullanıyorsunuz? hangi sosyal medya türünü kullanıyorsunuz? uzaktan eğitimden memnun musunuz?" gibi verilere yönelik 13 adet soru ilave edilmiştir (EK 1: Ölçek ve Soru Formu).

3.3.1. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği

Araştırmada sosyal ağ siteleri kullanım amacını ölçmek amacıyla Karal ve Kokoç (2010) tarafından geliştirilen "Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği" ölçme aracı olarak kullanılmıştır. Karal ve Kokoç tarafından hazırlanan ölçek 2009-2010 öğretim yılında Artvin Çoruh Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Uşak Üniversitesi ve İnönü Üniversitesi'nde lisans düzeyinde öğrenim gören 315 sosyal ağ sitesi kullanıcısı öğrenciye uygulanmıştır. Ölçeğin yapı geçerliği için temel bileşenler analizi yöntemi kullanılarak faktör analizi yapılmış, güvenilirliği için test-tekrar test ve Cronbach Alpha iç tutarlık katsayıları hesaplanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda toplam 14 maddeden oluşan 3 faktörlü ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,83, test-tekrar test güvenilirliği 0,91 olarak hesaplanmıştır. Uygulama sonucunda Ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,80 olarak hesaplanmıştır. Ölçek 5'li likert şeklinde olup "Kesinlikle katılmıyorum", "Katılmıyorum", Orta derecede katılıyorum", "Katılıyorum", "Kesinlikle katılıyorum" şeklinde 5 seçenekten oluşmaktadır. Ölçekte en yüksek puan 5 en düşük puan 1'dir.

Araştırmanın sosyal ağ siteleri kullanımı amacı ölçeğinin Boyutları, Madde Sayısı dağılımı ve güvenilirlik durumu Tabloda verilmiştir.

Tablo 3.5. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeğinin Boyutları, Madde sayıları ve Güvenirliği

Sosyal Ağ Siteleri Kullanımı Amacı alt boyutları	“Sosyal Ağ Siteleri Kullanımı Amacı Ölçeğinin” deki soru numaraları	“Sosyal Ağ Siteleri Kullanımı Amacı Ölçeğinin” deki Ortalamaları	Cronbach Alfa Güvenirlik Katsayısı
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı	1,3,6,7,9,10,11	3,154	0,81
Tanıma ve Tanınma Amaçlı	2,4,14	3,795	0,74
Eğitim Amaçlı	5,8,12,13	2,484	0,67

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği üç alt boyuttan oluştuğu görülmektedir. Ölçeğin ilk alt boyutu olan sosyal etkileşim iletişim amaçlı faktörü 7 maddeden (1,3,6,7,9,10,11) oluşmaktadır ve Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,81 olarak bulunmuştur. İkinci alt boyutu olan tanıma ve tanınma amaçlı faktörü 3 maddeden oluşmaktadır. Cronbach Alfa değeri 0,74 bulunmuştur. Diğer bir alt boyut olan eğitim amaçlı faktörü 4 maddeden oluşmaktadır. Cronbach Alfa değeri 0,67 olarak bulunmuştur (Tablo 3.5)

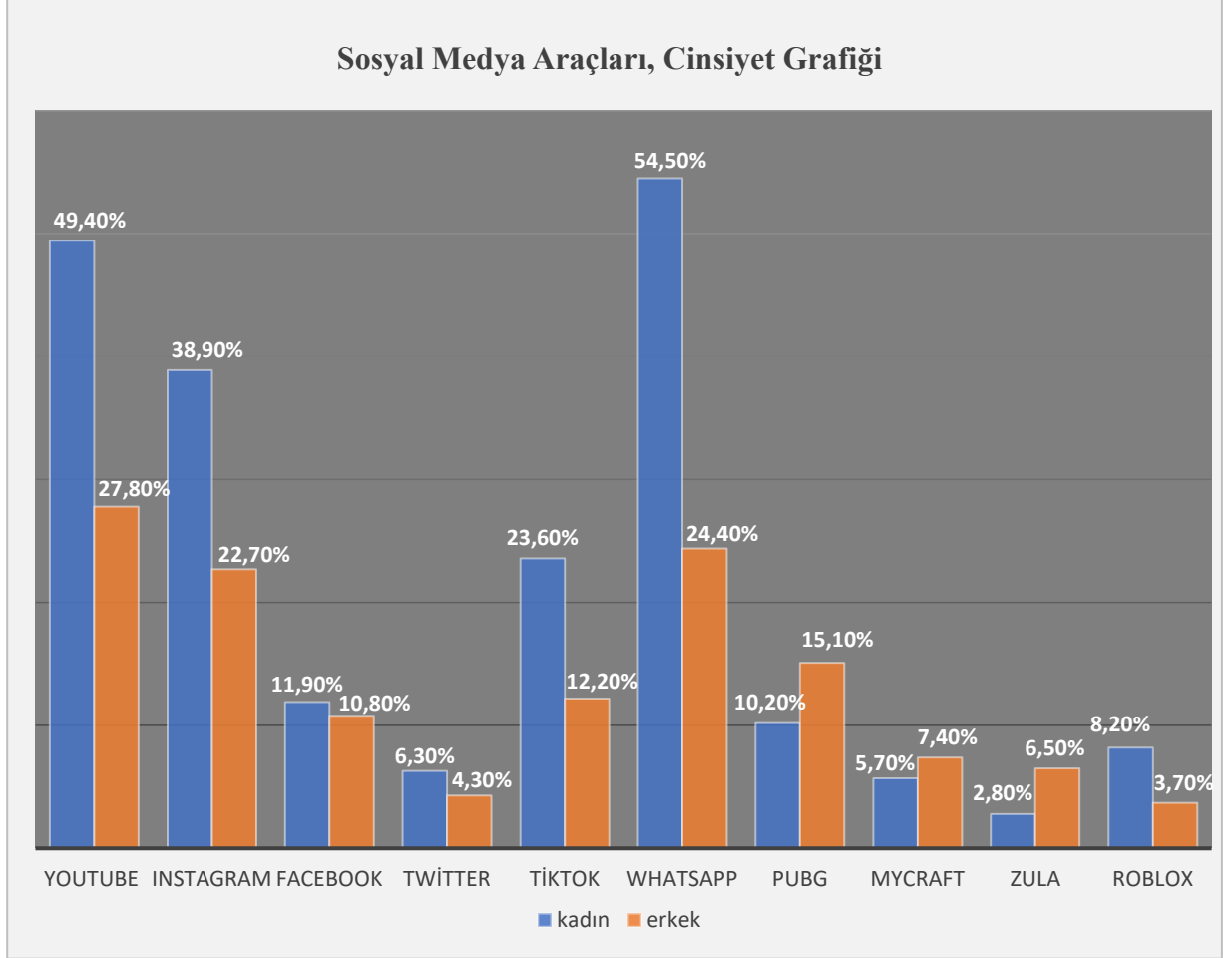
3.4.Verilerin Analizi

Bu bölümde araştırma için elde edilen verilerin nicel analizi yapılmıştır. 7. Ve 8. sınıf öğrencilerin sosyal medya kullanımının fen dersi başarısı üzerine etkisinin araştırılması için katılımcılara sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği uygulanmıştır. Pandemi öncesinde çalışma yüz yüze yapılması planlanmış fakat pandemiyle birlikte okulların kapanması ve eğitim uzun bir süre online yapılması çalışmanın yüz yüze yapılmasını engellemiştir. Yaşanan durum karşısında çalışmanın çevrimiçi araçlardan olan Google form ile yapılması kararlaştırılmıştır. Ölçek soruları Google form da oluşturulup tekrardan il milli eğitim müdürlüklerine gerekli bilgilendirmeler yapıldıktan sonra ölçek fen bilimleri öğretmenleri yardımıyla çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın verileri normal dağılım gösterdiği için parametrik testlerden Anova ve T-testi uygulanmıştır. Veriler SPSS 23 programıyla analiz edilmiştir

BÖLÜM IV

BULGULAR

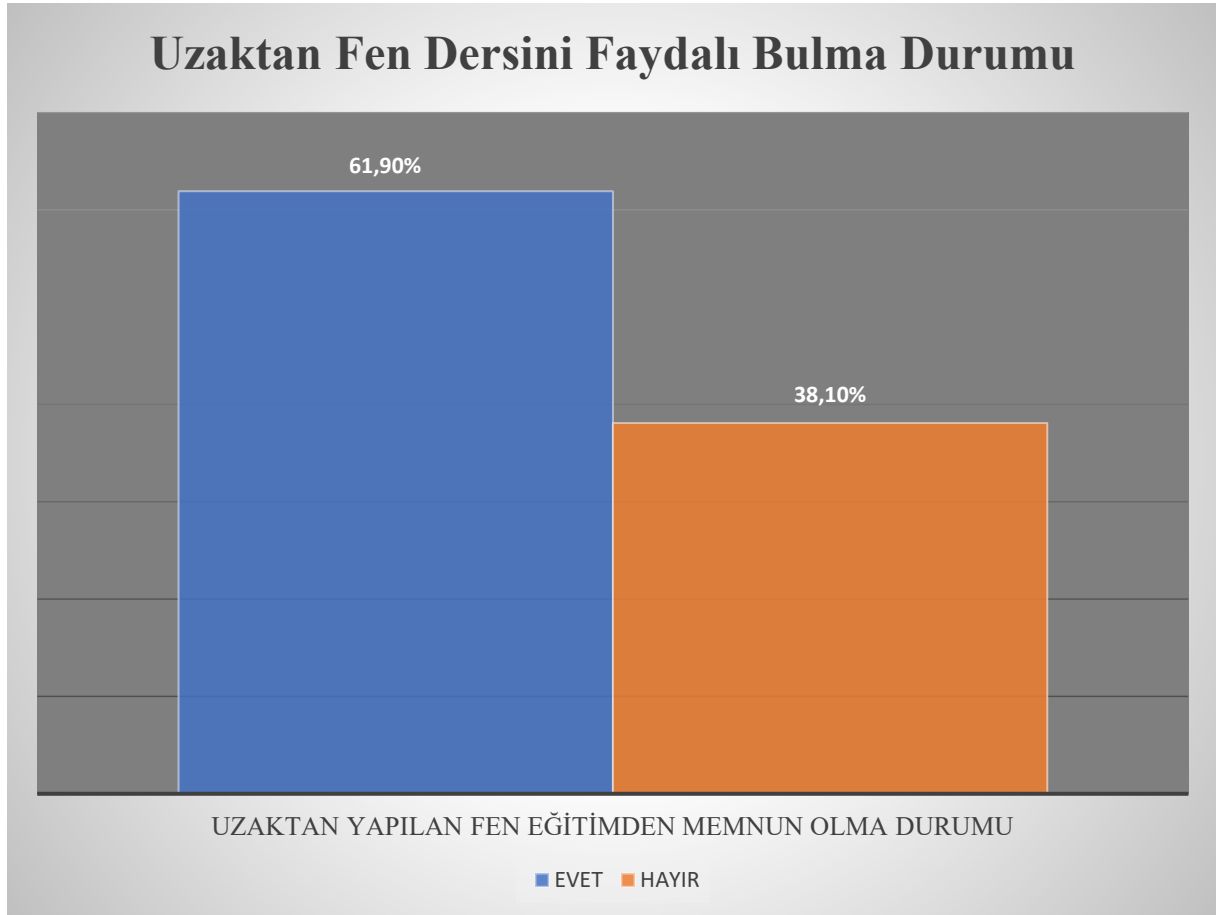
4.1. Ölçek Dışındaki Sorulara Ait Veriler



Grafik 4.1 Sosyal Medya Araçları, Cinsiyet Grafiği

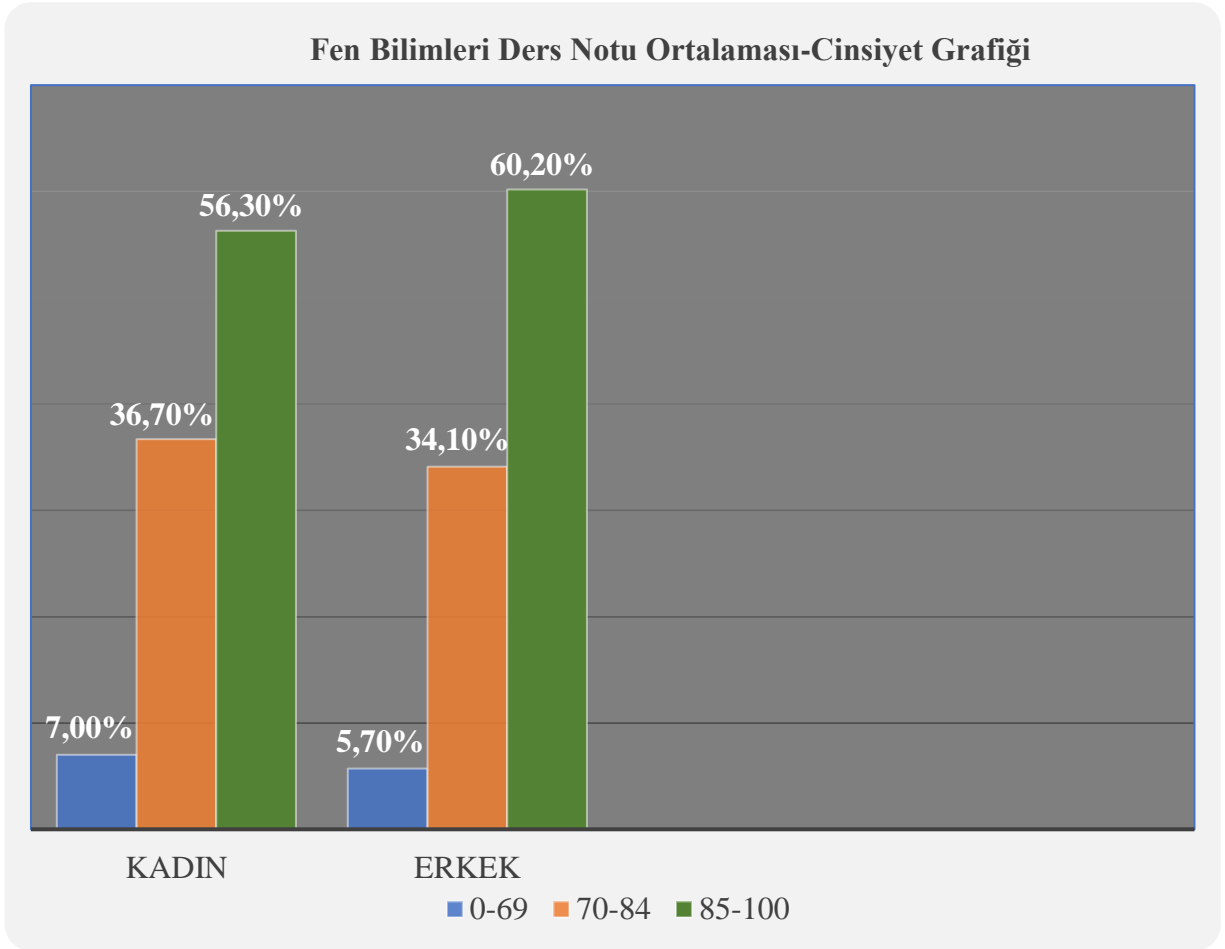
Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet değişkenine bağlı olarak sosyal medya kullanım oranları yukarıdaki grafikte verilmiştir. Elde edilen verilerde, Youtube %49,40'ı kadın, %27,80'i erkek, Instagram %38,90'ı kadın, %22,70'i erkek, Facebook 11,90'ı kadın, 10,80'i erkek, Twitter %6,30'u kadın, %4,30'u erkek, Tiktok %23,60'ı kadın, %12,20'si erkek, Whatsapp %54,50'si kadın, %24,40'ı erkek, PubG %10,20'si kadın, %15,10'u erkek, MyCraft %5,70'i kadın, %7,40'ı erkek, Zula %2,80'i kadın, %6,50'si erkek, Roblox %8,20'si kadın, %1,70'i erkek öğrencileri oluşturmaktadır. Kız öğrencilerde en fazla kullanılan sosyal medya aracı Whatsapp, en az kullanılan sosyal medya aracı zula olduğu görülmektedir. Erkek öğrencilerde ise en fazla kullanılan sosyal medya aracı youtube, en az kullanılan sosyal medya

aracı ise roblox olduğu gör÷lmektedir. Genel anlamda en çok tercih edilen sosyal medya ilk sırada %78,9 oranında Whatsapp, ikinci sırada %77,2 oranında Youtube, 3. sırada Instagram %61,6 oranıyla gelmektedir. Ortaya çıktığından bu yana popüler uygulama haline gelen Tiktok %35,8, oyun uygulaması Pubg %25,3, oldukça eski geçmişı olan Facebook %22,7 oranında kullanılmaktadır. Medya ortamları arasında en az ilgiyi %9,3 oranında Zula adlı oyun görmektedir (Grafik 4.1).



Grafik 4.2 Uzaktan Fen Dersini Faydalı Bulma Durumu

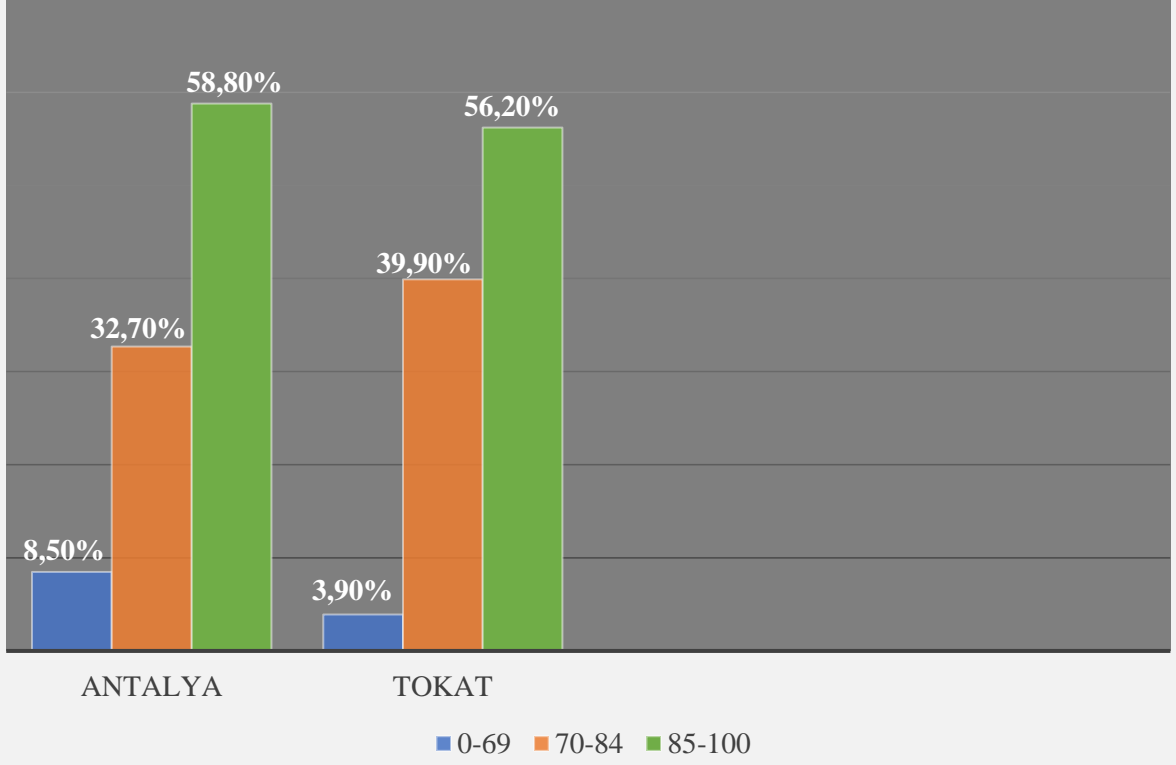
Araştırmaya katılan öğrencilerin fen bilimleri dersinin uzaktan yapılmasının faydalı bulma durumu belirtilmiştir. Yukarıdaki grafik incelendiğinde öğrencilerin %61,90'ı evet, %38,10'u hayır cevabını vermiştir. Genel yoğunluğun uzaktan fen eğitiminden memnuniyetin olduğu gör÷lmektedir (Grafik 4.2).



Grafik 4.3 Fen Bilimleri Ders Notu Ortalaması Cinsiyet Grafiği

Araştırmaya katılan öğrencilerin fen bilimleri ders notu cinsiyet grafiği yukarıda verilmiştir. Elde edilen verilerde kız öğrencilerin %7'si 0-69, %36,70'i 70-84, %56,30'u 85-100 aralığındadır. Erkek öğrencilerin %5,70'i 0-69, %34,10'u 70-84, %60,20'si 85-100 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Genel yoğunluğun 85-100 aralığında kız öğrencilerde olduğu görülmektedir. 0-69 not ortalaması kadın ve erkek öğrenci için en az yoğunluğa sahip olduğu görülmektedir (Grafik 4.3).

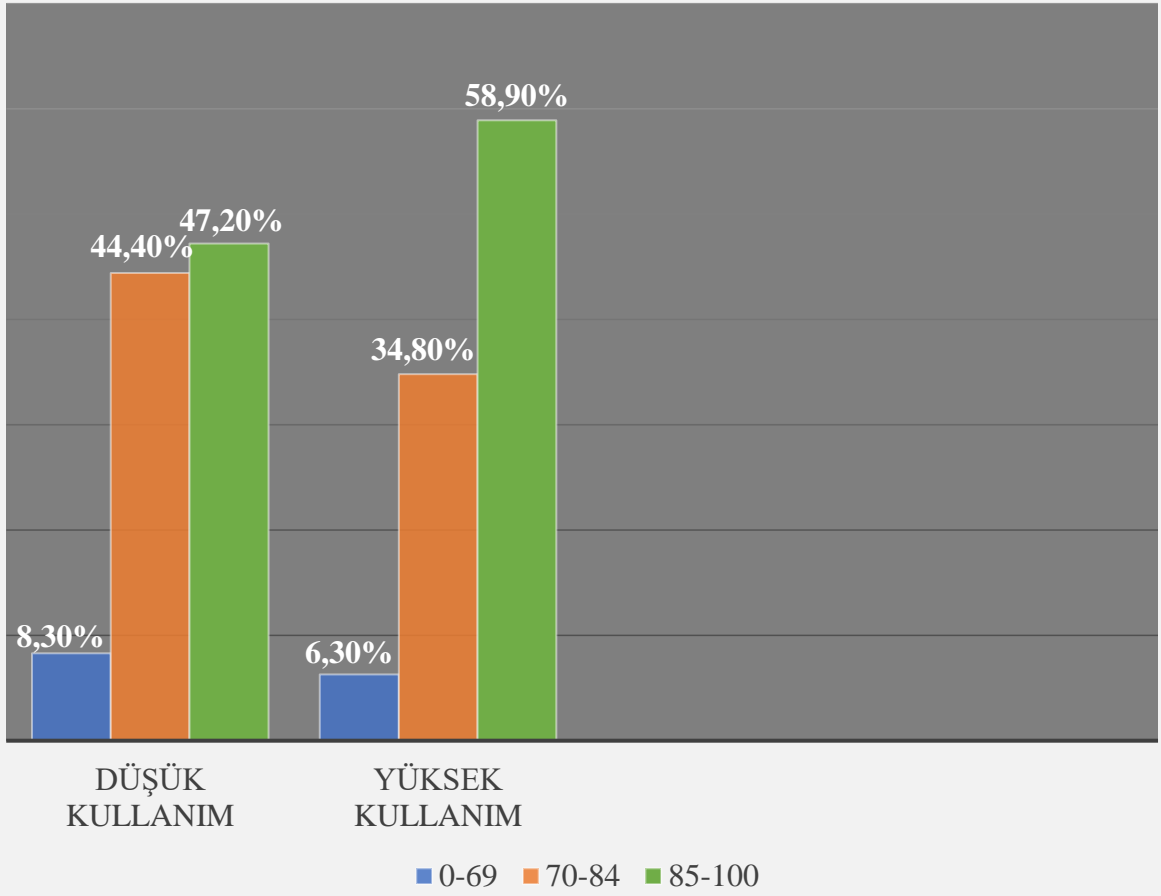
Fen bilimleri Ders Notu Ortalaması-Öğrencilerin Bulunduğu Şehir



Grafik 4.4 Fen Bilimleri Ders Notu Ortalaması- Öğrencilerin Bulunduğu Şehir Grafiği

Araştırmaya katılan öğrencilerin fen bilimleri der notu ortalaması ve buldukları şehir karşılaştırması yukarıdaki grafikte verilmiştir. Elde edilen veriler neticesinde Antalya ilindeki öğrencilerin %8,50'si 0-69, %32,70'i 70-84, %58,80'i 85-100 aralığında olduğu görülmektedir. Tokat ilindeki katılım sağlayan öğrencilerin %3,90'ı 0-69, %39,90'ı 70-84, %56,20'si 85-100 aralığında olduğu görülmektedir (Grafik 4.4).

Fen bilimleri Ders Notu Ortalaması-Sosyal Medya Kullanım Sıklığı



Grafik 4.5 Fen Bilimleri Ders Notu Ortalaması- Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

Araştırmaya katılan öğrencilerin yukarıdaki grafikte fen bilimleri ders notu ortalaması ve sosyal medya kullanım sıklığı durumu karşılaştırılmıştır. Elde edilen veriler neticesinde düşük kullanım sahip öğrencilerin %8,30'u 0-69, %44,40'ı 70-84, %47,20'si 85-100 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Yüksek sosyal medya kullanımına sahip öğrencilerin %6,30'u 0-69, %34,80'i 70-84, %58,90'ı 85-100 aralığında olduğu belirtilmiştir. Sosyal medyanın genel anlamda yüksek kullanım oranına sahip olduğu görülmektedir (Grafik 4.5).

4.2. Araştırma Ölçeğine Ait Veriler

Tablo 4.1. Ölçeğin Alt Boyutlarına Ait Veriler

Boyutlar	N	X	SD
<i>Sosyal Etkileşim iletişim amaçlı</i>	352	3,1546	,79318
<i>Tanım ve Tanınma amaçlı</i>	352	3,7955	,98605
<i>Eğitim amaçlı</i>	352	2,4844	,77034

Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeğine ait bulgulara yer verilmiştir. Sosyal etkileşim iletişim amaçlı alt boyut faktörüne ilişkin puan ortalaması 3,1546 standart sapması 0,79318, tanıma tanınma amaçlı alt boyut faktörüne ilişkin puan ortalaması 3,7955 standart sapması 0,98605, eğitim amaçlı alt faktör boyutuna ilişkin puan ortalaması 2,4844 standart sapması 0,77034 olduğu görülmektedir. Bu verilere göre ergenlik çağındaki öğrenciler arasında sosyal medya en çok tanıma ve tanınma amacıyla kullanılırken en düşük eğitim amaçlı kullanılır (Tablo: 4.1).

Tablo 4.2. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Fen Bilimleri Ders Notu İlişkisi

Boyutlar	Notlar	N	\bar{X}	SD	P
Sosyal Etkileşim iletişim amaçlı	0-69	23	3,298	,727	,019
	70-84	126	3,292	,772	
	85-100	203	3,052	,801	
Tanım ve Tanınma amaçlı	0-69	23	3,768	,955	,249
	70-84	126	3,682	1,048	
	85-100	203	3,868	,946	
Eğitim amaçlı	0-69	23	2,619	,583	,011
	70-84	126	2,629	,714	
	85-100	203	2,370	,807	

Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0,05$). Sosyal etkileşim iletişim amaçlı alt faktörü boyutunun 0-69 not aralığındaki puan ortalaması 3,298, standart sapması 0,727, 70-84 not aralığındaki puan ortalaması 3,292, standart sapması 0,772, 85-100 not aralığındaki puan ortalaması 3,052, standart sapması 0,801 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği sosyal etkileşim iletişim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile fen bilimleri not ortalaması değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tanım ve tanınma amaçlı alt faktör boyutunun 0-69 not aralığındaki puan ortalaması 3,768, standart sapması 0,955, 70-84 not aralığındaki puan ortalaması 3,682, standart sapması 1,048, 85-100 not aralığındaki puan ortalaması 3,868, standart sapması 0,946 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği tanım ve tanınma amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile fen bilimleri not ortalaması değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Eğitim amaçlı alt faktör boyutunun 0-69 not aralığındaki puan ortalaması 2,619, standart sapması 0,583, 70-84 not aralığındaki puan ortalaması 2,629, standart sapması 0,714, 85-100 not aralığındaki puan ortalaması 2,370, standart sapması 0,807 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği eğitim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile fen bilimleri not ortalaması değişkeni arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (Tablo 4.2).

Tablo 4.3. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Cinsiyet İlişkisi

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	SD	P
Sosyal Etkileşim İletişim amaçlı	Kadın	229	3,199	,747	,152
	Erkek	123	3,072	,869	
Tanıma ve Tanınma amaçlı	Kadın	229	3,902	,914	,005
	Erkek	123	3,596	1,083	
Eğitim amaçlı	Kadın	229	2,374	,721	,000
	Erkek	123	2,689	,818	

Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı alt faktör boyutunun kadın cinsiyet puan ortalaması 3,199, standart sapması 0,747, erkek cinsiyeti puan ortalaması 3,072, standart sapması 0,869 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği sosyal etkileşim iletişim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Tanıma ve tanınma amaçlı alt faktör boyutunun kadın cinsiyet puan ortalaması 3,902, standart sapması 0,914, erkek cinsiyeti puan ortalaması 3,596, standart sapması 1,083 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği tanıma ve tanınma amacı faktörü alt boyutu test puanları ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Eğitim amaçlı alt faktör boyutunun kadın cinsiyet puan ortalaması 2,374, standart sapması 0,721, erkek cinsiyet puan ortalaması 2,689, standart sapması 0,818 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği eğitim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (Tablo 4.3).

Tablo 4.4. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı ve Okulun Bulunduğu Şehir

<i>Boyutlar</i>	<i>Şehir</i>	<i>N</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>P</i>
<i>Sosyal Etkileşim iletişim amaçlı</i>	Antalya	199	3,025	,795	,000
	Tokat	153	3,322	,760	
<i>Tanıtma ve Tanınma amaçlı</i>	Antalya	199	3,778	,953	,720
	Tokat	153	3,817	1,029	
<i>Eğitim amaçlı</i>	Antalya	199	2,438	,758	,202
	Tokat	153	2,544	,784	

Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0,05$). Sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı alt faktör boyutunun Antalya ili puan ortalaması 3,025, standart sapması 0,795, Tokat ili puan ortalaması 3,322, standart sapması 0,760 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği sosyal etkileşim iletişim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile okulun bulunduğu il arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tanıtma ve tanınma amaçlı alt faktör boyutunun Antalya ili puan ortalaması 3,778, standart sapması 0,953, Tokat ili puan ortalaması 3,817, standart sapması 1,029 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği tanıtma ve tanınma amacı faktörü alt boyutu test puanları ile okulun bulunduğu il arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Eğitim amaçlı alt faktör boyutunun Antalya ili puan ortalaması 2,438, standart sapması 0,758, Tokat ili puan ortalaması 2,544, standart sapması 0,784 olduğu görülmüştür. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği eğitim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile okulun bulunduğu il arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir (Tablo 4.4).

Tablo 4.5. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği ile Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

<i>Boyutlar</i>	<i>Kullanım sıklığı</i>	<i>N</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>P</i>
<i>Sosyal Etkileşim İletişim Amaçlı</i>	Düşük kullanım	36	3,484	,793	,008
	Yüksek Kullanım	316	3,117	,785	
<i>Tanıtma ve Tanınma Amaçlı</i>	Düşük kullanım	36	3,916	1,058	,437
	Yüksek Kullanım	316	3,781	,978	
<i>Eğitim Amaçlı</i>	Düşük kullanım	36	2,583	,839	,417
	Yüksek Kullanım	316	2,473	,763	

Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0,05$). Sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı alt faktör boyutunun düşük kullanım oranı puan ortalaması 3,484, standart sapması 0,793, yüksek kullanım oranı puan ortalaması 3,117, standart sapması 0,785 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği sosyal etkileşim iletişim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tanıtma ve tanınma amaçlı alt faktör boyutunun düşük kullanım oranı puan ortalaması 3,916, standart sapması 1,058, yüksek kullanım oranına ait puan ortalaması 3,781, standart sapması 0,978 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği tanıtma ve tanınma amacı faktörü alt boyutu test puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Eğitim amaçlı alt faktör boyutunun düşük kullanım oranına ait puan ortalaması 2,583, standart sapması 0,839, yüksek kullanıma ait puan ortalaması 2,473, standart sapması 0,763 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği eğitim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir (Tablo 4.5).

Tablo 4.6. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği ile Sınıf Düzeyleri

<i>Boyutlar</i>	<i>Sınıf Düzeyi</i>	<i>N</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>P</i>
<i>Sosyal Etkileşim İletişim Amaçlı</i>	7.sınıf	215	3,256	,782	,002
	8.sınıf	137	2,994	,785	
<i>Tanıma ve Tanınma Amaçlı</i>	7.sınıf	215	3,798	1,007	,943
	8.sınıf	137	3,790	,954	
<i>Eğitim Amaçlı</i>	7.sınıf	215	2,484	,764	,988
	8.sınıf	137	2,483	,781	

Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0,05$). Sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı alt faktör boyutunun 7.sınıf öğrencilerinin kullanım oranı puan ortalaması 3,256, standart sapması 0,782, 8.sınıf öğrencilerinin kullanım oranı puan ortalaması 2,994, standart sapması 0,785 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği sosyal etkileşim iletişim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tanıma ve tanınma amaçlı alt faktör boyutunun 7.sınıf öğrencilerinin kullanım oranı puan ortalaması 3,798, standart sapması 1,007, 8.sınıf öğrencilerinin kullanım oranı puan ortalaması 3,790, standart sapması 0,954 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği tanıma ve tanınma amacı faktörü alt boyutu test puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Eğitim amaçlı alt faktör boyutunun 7.sınıf öğrencilerinin kullanım oranı puan ortalaması 2,484, standart sapması 0,764, 8.sınıf öğrencilerinin kullanım oranı puan ortalaması 2,483, standart sapması 0,781 olduğu görülmektedir. Sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği eğitim amaçlı faktörü alt boyutu test puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir (Tablo 4.6).

BÖLÜM V

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu bölümde araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar ve sonuçlara bağlı olarak tartışma ve önerilere yer verilmiştir.

5.1. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmanın amacı Ortaöğretim 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanımının fen dersi eğitimi ile ilişkisinin incelenmesi olarak tanımlanmıştır. Sosyal ağlar, politik, ekonomik ve eğitim gibi alanlarda fayda sağlamasından dolayı kullanıcılar için büyük öneme sahip (Raut ve Patil, 2016) olmasının yanında özellikle ergenlik çağındaki öğrenciler (7.ve 8.sınıf) için bağımlılık yapması, güvenlik açısından risklerinin olması, zamanın farkında olmadan boşa geçmesi, zararlı içerikler, sosyal teması engellemesi gibi dezavantajlı durumlarının bulunduğu görülürken yaptığımız çalışmada akademik başarı ile ilgili olumsuz bir duruma rastlanmamıştır. (Drahosova ve Balco, 2017).

İnternet kullanımının gelecekte kullanımının artması Millî Eğitim Bakanlığı tarafından da öngörülmüştür. Bu bağlamda Millî Eğitim Bakanlığı 2011 yılında Eğitim Bilişim Ağı'nın (EBA) ilk sürümünü oluşturmuştur. EBA ile öğretmen ve öğrencilerin eğitimde ücretsiz bir şekilde faydalanması amaçlanmıştır (Kapıdere ve Çetinkaya, 2017).

Sosyal medya ve internette yaşanan bu gelişmeler ve teknolojik ilerlemeler ortaokul çağındaki öğrencilerin sosyal medya ve internete erişim olanaklarının artması bu alanda yapılacak çalışmaları da etkilemiştir. Yapılan birçok çalışmada (Anderson ve Jiang, 2018; Bilgili, 2013; Drahosova ve Balco, 2017; Piotrowski, 2015). Sosyal ağları kullanan ortaokul öğrencileri üzerinde olumlu ve olumsuz yönleri akademik başarıya etkisi veya sosyal medya kullanımının amacının belirlenmesine çalışılmıştır. Ortaokul öğrencilerinde yapılan bir çalışma sonucunda sosyal medyanın pozitif yönlerine ilişkin; iletişim, eğlence ve sosyalleşme, eğitime faydası, bilgiye erişim yaşamı kolaylaştırması, duyarlılığın oluşması ve varoluş ortamı oluşturması gibi alt bulgular elde edilmiştir. Sosyal medyanın ortaokul öğrencilerinde oluşturduğu risklerine yönelik bulgular ise; psikolojik problemler, yaşamı güçleştiren değerlerin yozlaşması, kontrolsüz sosyalleşme, fiziksel sağlık, suça ve şiddete maruz kalması gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Yapılan bu güncel sayılabilecek çalışmada sosyal medyanın risk bulgularını en aza indirmek için veli, öğretmen ve öğrencilere sunulan önerilerde; temkinli

kullanma rehberlik, sınırlandırmak ve eğitime entegre olarak ifade edilmiştir (Çelik, Çelik ve Aydın 2019).

Morgan (2015)'a göre çocukların yaşları ilerledikçe ebeveynlerin tutumlar üzerindeki etkisi azalmaktadır. Bu nedenle 12 ile 30 yaş arası bireylerin tutumlarının oluşması noktasında önem teşkil eden bir aralık olarak görülmektedir. Bu yaş aralığındaki bireylerin önem teşkil eden dönem boyunca tutumlarının oluşmasında üç önemli etkenden bahsedilmektedir: akran etkisi, kitle iletişim haberleşme araçları ve diğer etkenlerden edinilen bilgi ve eğitim olarak ifade edilmektedir. Bu kritik dönem göz önüne alınarak yaptığımız bu çalışma ile ortaokul 7.ve 8. sınıf öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve bunun fen bilimleri dersi başarısı üzerine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Ülkemiz ilk defa interneti 12 Nisan 1993 tarihinde TÜBİTAK-ODTÜ iş birliği ile küresel anlamda internet ağına bağlanılmıştır (Parlak ve Balık, 2005). İnternet ile gelişim gösteren web 2 teknolojisi ile bireylerin yaşamlarına sosyal medya kavramı yer edinmeye başladığı görülmüştür. Küresel çapta We Are Social (2021) tarafından yılda 2 defa yapılan, dünyanın ve ülkelerin dijitallik verilerine göre aktif sosyal medya kullanımının 7 milyarlık nüfusa oranı %53,6 olarak hesaplanmıştır. Bir önceki yıla göre %13,2'lik bir artış yaşanmıştır. Aynı rapora göre ülkemizin aktif sosyal medya kullanımı 84 milyonluk nüfusa oranı %70,8 olarak hesaplanmıştır. Bir önceki yıla göre Türkiye'de %20,9'luk bir artış yaşanmıştır. Verilerde de görüldüğü gibi ülkemiz sosyal medya kullanım oranı dünya da kullanım ortalama oranın oldukça üzerinde olduğu görülmektedir.

Bu kadar yoğun internet kullanımının olduğu ülkemizde 12-13 kritik yaşlarındaki (Morgan, 2015) 7.sınıf öğrencileri üzerine yaptığımız bu tarama çalışması ile sosyal medya kullanımının öğrenciler üzerindeki etkisini aydınlatmak için literatüre değerli katkılar sunacağı kanaatindeyiz. Araştırmamıza katılan öğrencilerin 229'u (%65,1) kız, 123'ü (%34,9) erkek olmak üzere toplamda 352 öğrenciye ait veriler incelenmiştir. Cinsiyet değişkeni ele alındığında kız öğrencilerin daha yoğun katılımı görülmektedir. Sınıf bazında incelendiğinde 216'ı (%61,4) 7.sınıf, 136'sı (%38,6) 8.sınıf öğrencilerinin katılım sağladığı görülmektedir. Yapılan araştırmanın amacına uygun olarak çoğunluğu 7.sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrencilerin okullarının bulunduğu şehirler incelendiğinde 199'u (%56,5) Antalya ilinde, 153 (%43,5) Tokat ilinde bulunan okullardaki öğrencilerden oluşmaktadır. Çoğunluk Antalya ilinden katılım gösteren öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin not ortalaması dağılımını incelediğimizde, 23'ü (%6,5) 0-69, 126'sı (%35,8) 70-84, 203'ü (%57,7)

85-100 aralığındaki öğrencilerden oluşmaktadır. Not yoğunluğunun en az 0-69 aralığında, en fazla yoğunluğun 85-100 aralığında not ortalamasına sahip öğrencilerden oluşmaktadır.

Katılımcıların cinsiyet durumuna bağlı olarak en çok kullandıkları sosyal medya araçları incelendiğinde kız öğrencilerin %54,50'si ve erkek öğrencilerin %24,40'ı iletişim bilgi paylaşım aracı olan Whatsapp kullandıklarını belirtmişlerdir. İkinci sırada en çok tercih edilen sosyal medya aracı %49,40'ı kız öğrenciler, %27,80'i erkek öğrenciler tarafından kullanılan video paylaşım aracı olan Youtube tercih edilmiştir. En çok üçüncü sırada kullanılan %38,90 kız öğrencilerin, %22,70 erkekler tarafından tercih edilen fotoğraf video paylaşım platformu olan sosyal medya aracı Instagram olduğu görülmektedir. Son yıllarda ortaya çıkmış olsa da öğrenciler arasında en popüler olan sosyal medya aracı %23,60'ı kız öğrencilerin, %12,20'sinin erkek öğrencilerin kullandığı anlık kısa video paylaşım platformu olan "TikTok" tercih edildiği görülmüştür. Bu platformları sırasıyla oyun ve eğlence aracı olan %25,3 oranında tercih edilen "PubG", çok eski bir geçmişe sahip olan iletişim video ve bilgi paylaşım platformu %25,3 oranında kullanılan Facebook, oyun ve eğlence platformları olan "Minecraft" %13, Roblox%12, bilgi ve düşünce paylaşım platformu Twitter %10,6, oyun ve eğlence platformu olan Zula %9,3 oranında tercih edilmiştir. Veriler incelendiğinde erkek öğrencilerin sadece eğlence ve oyun platformları olan "Minecraft ve Zulayı" kız öğrencilerden daha fazla tercih ederken geriye kalan 8 sosyal medya platformunda kız öğrenciler erkek öğrencilerden daha fazla oranda tercih ettiği görülmektedir. Kız ve erkek öğrencilerin tercih oranları toplandığında en fazla tercih edilen sosyal medya araçları Whatsapp olurken en az tercih edilen sosyal medya aracı Zula olduğu görülmektedir. Tuğlu (2017) ortaokul öğrencileriyle yapmış olduğu çalışmada, öğrencilerin en çok tercih ettiği sosyal medya platformlarının sırasıyla "Facebook, Youtube, Instagram ve Whatsapp" olarak bulunmuştur. We Are Social (2021) Türkiye'de bireylerin genel olarak sosyal medya platform tercihleri incelendiğinde sırasıyla tercih edilen sosyal platformlar; "Youtube, Instagram, Whatsapp ve facebook" şeklinde ifade edilmiştir. Veriler incelendiğinde dünya üzerinde en çok aktif kullanıcısı bulunan facebook yapılan çalışmamızda 15-14 yaş öğrenciler tarafından en çok tercih edilme sıralanmasında 6. Sosyal medya platformu olarak yer almaktadır. Dünya genelinde 3. sırada olan Whatsapp, çalışmamızda en çok tercih edilen sosyal medya platformu olduğu görülmektedir. Bu durumun sebebi olarak pandemi ile uzaktan eğitime geçilmesi ve öğrencilerin bilgi, ödev ve iletişimi daha çok "Whatsapp" üzerinden yapması olarak tahmin edilmektedir. Elde edilen verilerde dünya genelinde 2. Sırada en çok tercih edilen sosyal medya platformu çalışmamızı da destekler şekilde "Youtube" olduğu görülmektedir. Daha sonra bu sıralama "Instagram, Tiktok, PubG", facebook şeklinde devam etmektedir. "Whatsapp ve Youtube" en çok tercih edilen sosyal

medya platformu olmaları eğitimde bazı fırsatların oluşmasını sağlayabilir (Ergen, 2019; Martin vd., 2018). Çetinkaya (2017)'nin yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin derslerde Whatsapp kullanılmasına yönelik olumlu bir görüş bildirdikleri ifade edilmiştir. Whatsapp'ın eğitim sürecinde yardımcı bir yazılım şeklinde kullanılması vurgulanmaktadır. Dar ve arkadaşları (2017) yaptıkları "Use of Social Media Tool "Whatsapp" in Medical Education" adlı çalışmasında Whatsapp 'ın geleneksel öğretime destek olarak öğrencilerin öğrenme durumlarını yönlendirme, artırma ve gelişiminin gözlemlenmesi için etkin bir sosyal medya aracı olarak görülmektedir. Alp ve Kaleci (2018) yapmış oldukları çalışmalarda YouTube' un bireysel olarak ders materyali olarak kullanılması öğrencilerin video derslerin eğlenceli, konuların kavranmasında yardımcı olduğu ve ders başarısını artırması yönünden olumlu görüş bildirilmiştir.

Araştırmada elde edilen bir başka veri incelendiğinde çalışmaya katılan öğrencilerin fen bilimleri dersinden uzaktan yapılmasını faydalı bulma ve bulmama durumuna verilen cevaplar incelendiğinde katılım sağlayan öğrencilerin %61,90' uzaktan yapılan fen bilimleri dersini faydalı bulurken, %38,10'u uzaktan fen bilimleri dersini faydalı bulmadığını ifade etmiştir. Togay ve arkadaşları (2013) çalışmalarında eğitimin sosyal medya ile entegre olması öğrencilerin öğrenmelerine etki ettiği, öğrenme durumlarını kolaylaştırdığı ve geliştirdiği ifade edilmiştir. Çoğunluğun uzaktan işlenen fen bilimleri dersinden memnun olması fen bilimleri öğretmenlerinin teknolojik ders materyallerini daha etkin kullanılması ve yeniliklere daha hızlı uyum sağlaması uzaktan derslerin etkin şekilde yapılmasının sebebi olarak düşünülmektedir. Çalışmamıza paralel olarak elde edilen sonuçta, Öztürk (2021) "Covid-19 Salgını Sürecinde Taşınabilir Öğrencilerin Uzaktan Eğitim ile Verilen Fen Bilimleri Dersine Yönelik Görüşleri" adlı çalışmasında ortaokul öğrencilerinin uzaktan eğitimle verilen fen bilimleri dersi işlenmesi konusunda pozitif yönde görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin ek olarak daha fazla animasyonlara, videolara yer verilmesi noktasında görüş bildirmişlerdir. Farklı bir çalışmada Ünal (2017) "Web Tabanlı Uzaktan Eğitimin Fen Bilimleri Konularında Öğrenci Başarısına Etkisi" çalışmasında elde edilen veriler neticesinde web tabanlı uzaktan eğitimin 5.sınıf öğrencilerinde anlamlı bir farklılık olduğu ifade edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin fen bilimleri ders notu ortalaması ve sosyal medya kullanım sıklığı durumu karşılaştırılmıştır. Öğrencilerin her gün bir kereden fazla ve her gün bir kere şeklinde sosyal medyayı kullanması, yüksek sosyal medya kullanıcısı olarak tanımlanmıştır. Haftada bir kereden fazla, haftada bir kere ve ayda bir kere şeklinde ifade de bulunan kullanıcılara düşük sosyal medya kullanıcısı olarak ifade edilmiştir. Elde edilen veriler neticesinde düşük kullanım sahip öğrencilerin %8,30'u 0-69, %44,40'ı 70-84, %47,20'si 85-

100 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Yüksek sosyal medya kullanımına sahip öğrencilerin %6,30'u 0-69, %34,80'i 70-84, %58,90'ı 85-100 aralığında olduğu belirtilmiştir. Sosyal medyanın genel anlamda yüksek kullanım oranına sahip olduğu görülmektedir. Araştırmadaki veriler neticesinde düşük kullanıma sahip bireylerin üç not aralığındaki yoğunluğu yüksek kullanıma sahip bireylere oranla daha az olduğu görülmektedir. Veriler arasındaki bu farklılığın birçok sebebi olmasıyla birlikte öne çıkan nedenler arasında gelişen teknoloji, teknolojiyi etkin kullanan bir z kuşağı ve teknolojiye ulaşma noktasında herhangi bir engelin olmaması ve ailelerin uzaktan eğitimin getirmiş olduğu ihtiyaçtan ötürü herhangi bir kısıtlamaya gidememesi öğrencilerin yüksek sosyal medya kullanıcı haline getirdiği düşünülmektedir. Sosyal medyayı yüksek kullanıma sahip bireylerin bilinenin aksine başarısız olmadığını görmekteyiz (Sampasa-Kanyinga ve Lewis, 2015).

Araştırmamda elde edilen sosyal ağ siteleri kullanım amacı ile fen bilimleri ders notu ilişkisi incelendiğinde sosyal etkileşim iletişim amaçlı alt faktör boyutu “ $p < 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurulduğunda ($p = ,019$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Var olan bir diğer alt boyut eğitim amaçlı kullanım faktörü “ $p < 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurularak ($p = ,011$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tanıma tanınma amaçlı alt faktörü boyutu “ $p > 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurularak ($p = ,249$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir farkın olmadığını göstermektedir. Tanrıverdi ve Sağır (2014) çalışmasında yıl sonu başarı notu ile sosyal ağ siteleri kullanım amacı arasındaki ilişkisi incelendiğinde tanıma ve tanınma amaçlı alt faktörü ile ($p = 0,000$), eğitim amaçlı alt faktörü ($p = 0,001$) arasında anlamlı bir fark bulunduğu belirtilirken, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım alt boyut faktörü (0,762) arasında anlamlı bir fark görülmediği belirtilmiştir.

Araştırmamızdaki sosyal ağ siteleri kullanım amacı ile cinsiyet ilişkisi incelendiğinde sosyal etkileşim iletişim amaçlı alt faktör boyutu “ $p > 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurulduğunda ($p = ,152$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir farkın olmadığını göstermektedir. Tanıma tanınma amaçlı alt faktörü boyutu “ $p < 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurularak ($p = ,005$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir. Bir diğer alt boyut eğitim amaçlı kullanım faktörü “ $p < 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurularak ($p = ,000$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yılmazsoy ve Kahraman (2019) çalışmalarında sosyal ağ siteleri kullanım amacı ile cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkisi incelenerek tanıma ve tanınma amaçlı alt faktöründe anlamlı bir farklılık bulunurken, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı alt boyut faktörü ile eğitim

amaçlı alt faktör boyutunda anlamlı bir farklılık olmadığı ifade edilmiştir. Filiz ve arkadaşları (2014) çalışmalarında sosyal ağ siteleri kullanım amacı ile cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişki incelenerek tanıma ve tanınma amaçlı alt faktöründe anlamlı bir farklılık bulunurken, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı alt boyut faktörü ile eğitim amaçlı alt faktör boyutunda anlamlı bir farklılık olmadığı belirtilmiştir.

Araştırmamızda sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği ile sosyal medya kullanım sıklığı arasındaki ilişki incelendiğinde; sosyal etkileşim iletişim amaçlı alt faktör boyutu “ $p < 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurulduğunda ($p = ,008$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Tanıma tanınma amaçlı alt faktörü boyutu “ $p > 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurularak ($p = ,437$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir. Bir diğer alt boyut eğitim amaçlı kullanım faktörü “ $p > 0,05$ ” anlamlılık derecesi göz önünde bulundurularak ($p = ,417$) değeri bu alt boyutunda anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Filiz ve arkadaşları (2014) yapmış oldukları çalışmada sosyal ağ siteleri kullanım amacı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyerek sosyal etkileşim iletişim amaçlı, tanıma tanınma amaçlı ve eğitim amaçlı alt faktör boyutlarında düşük düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu ifade edilmiştir.

5.2. ÖNERİLER

Çalışma sonucunda elde edilen veriler neticesinde aşağıdaki öneriler sunulmuştur.

1. Sosyal medyada hesap açma yaşı 13'tür. Ulusoy ve Bostancı (2014) yaptıkları araştırmada sosyal medya kullanım yaşının 7 ve 9 yaş olduğunu ifade etmişlerdir. İleride yapılacak çalışmalarda 4, 5 ve 6. sınıf kademelerinde de çalışma yapılabilir.
2. Ders başarısı dikkate alınarak yapılan çalışmalarda karne not ortalaması yerine sadece ham yazılı kâğıdı notu dikkate alınmasında fayda olduğu düşünülmektedir.
3. Bu çalışma sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği ile yapıldı. Ek olarak sosyal medyayı eğitsel kullanma ve sosyal medya bağımlılık ölçekleriyle çalışma derinleştirilebilir.
4. Sosyal medya araçlarının okul idare ve yöneticiler bağlamında eğitime entegrasyonu konusunda çalışma yapılabilir.
5. Yapılan çalışma Antalya ve Tokat ilindeki okullar ile yapılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda her bölgeden illerle örneklem genişletilebilir.
6. Öğrencilere sosyal medya kullanımı konusunda (internet okuryazarlığı ve sosyal medya okuryazarlığı) müfredata ders eklenmesi gerekli hale gelmiştir. Kontrolsüz kullanım

oldukça zararlı sonuçlar getireceği (Tavşanlı ve Akaydın, 2017) ayrıca internette neyin zararlı neyin faydalı olduğu da öğretilmeli.

KAYNAKÇA

- Aichner, T. & Jacob, F. (2015). Measuring the degree of corporate social media use. *International Journal of Market Research*, 57(2), 257-276.
- Ajjan, H. & Hartshorne, R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *The Internet And Higher Education*, 11(2), 71-80.
- Akar, E. (2010). Sanal toplulukların bir türü olarak sosyal ağ siteleri- bir pazarlama iletişim kanalı olarak işleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107- 122.
- Akgündüz, D. ve Akinoğlu, O. (2017). Fen eğitiminde harmanlanmış öğrenme ve sosyal medya destekli öğrenmenin öğrencilerin akademik başarılarına ve motivasyonlarına etkisi. *Eğitim ve Bilim*, 42(191), 69-90.
- Aktaş, C. (2007). *Yeni medyanın geleneksel medya ile karşılaştırılması. Medya üzerine çalışmalar*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Akyazı, E. & Aslan, P. (2013). Halkla ilişkiler uygulamaları açısından sosyal medya. *Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-1*. Reklam Yaratıcıları Derneği, İstanbul, 177.
- Akyol, C., Ünal, E., Aydın, F., Debbağ, G., Öztürk, S., Karademir, T. ve Kemeriz, Z. (2012). *Sosyal ağlar*. Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Akyüz, Y. (1982). *Türk eğitim tarihi*. Ankara: Kültür Üniversitesi Yayınları.
- Albay, M. (2014). Web teknolojilerinin gelişimi ve hayatımıza etkileri. <https://dralabay.wordpress.com/2014/08/29/web-teknolojilerinin-gelisimi-ve-hayatimiza-etkileri/> adresinde 3 Şubat 2020 tarihinde incelenmiştir.
- Allagui, B. (2014). Writing through WhatsApp: An evaluation of students writing performance. *International Journal of Mobile Learning and Organisation*, 8(3-4), 216-231.
- Alp, Y. & Kaleci, D. (2018). Student views regarding the usage of videos on youtube website as a training material. *Int J Active Learning-IJAL*, 3, 57-68.
- Alt, D. & Boniel-Nissim, M. (2018). Parent–Adolescent communication and problematic internet use: The mediating role of fear of missing out (FoMO). *Journal of Family Issues*, 39(13), 3391-3409.
- Anderson, M. & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*, 31(2018), 1673-1689.

- Argın, S. F. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (çekmeköy örneği)*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Armellini, G. & Villanueva, J. (2011). Adding social media to the marketing mix. *IESE Insight*, 9(9), 29-36.
- Aydede, C. (2006). *Sanal ortam günlükleriyle blog çağı*. İstanbul: Hayat yayıncılık.
- Aytekin, Ç. (2011). Wiki uygulamalarına iletişimsel yaklaşım ile bir model önerisi. Offering a communicational approach model to wiki applications. *Online Academic Journal of Information Technology*, 2(5), 7-17.
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R. & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of adolescence*, 61, 1-11.
- Basmacı, P. (2018). Yeni iletişim teknolojilerinin bireyin serbest zaman kullanımına etkisi ve kuramsal açıdan değerlendirilmesi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 110-126.
- Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. *Akademik Bilişim*, 823-831.
- Bayrak, B. & Erden, A. M. (2007). Fen bilgisi öğretim programının değerlendirilmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(1), 137-54.
- Bayzan, Ş. ve Özbilen, A. (2011). Dünyada internetin güvenli kullanımına yönelik uygulama örnekleri ve türkiye’de bilinçlendirme faaliyetlerinin incelenmesi ve türkiye için öneriler. *Engineering Sciences*, 7(2), 521-531.
- Bekar, A. ve Özçetin, Ç. (2015). Yiyecek içecek işletmelerinde mobil uygulamaların kullanımı: foursquare örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(3).
- Bektaş, G. A. (2012). *İnternet tabanlı eğitim sistemlerinde web 3.0 teknolojisinin kullanılması üzerine bir uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Bilişim Enstitüsü, Ankara.
- Bilen, K., Ercan, O., ve Gülmez, T. (2014). Sosyal ağların kullanım amacı ve benimsenme süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 115-123.
- Bilgili, C. ve Şener, G. (2013). *Sosyal medya ve ağ toplumu: kitle iletişiminde yaşanan değişimler*. İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.

- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Boyd, D. & Heer, J. (2006, January). Profiles as conversation: Networked identity performance on Friendster. In *Proceedings of the 39th annual Hawaii international conference on system sciences (HICSS'06)* 3, 59-59. IEEE.
- Bozkurt, S. (2010, November). Bilgi paylaşımında yeni arayışlar: Flatclassroom. 2. *International Conference on New Trends in Education and Their Implications*. (11-13 November 2010). Antalya, Turkey.
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A. & Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media:" A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, 23, 114-125.
- Burns, T. M. (2007). The forecast for podcasts: sunny skies but not necessarily with clear visibility. *Neurology*, 68(15), E19-E20.
- Burgess, J. E. (2011). YouTube. *Oxford Bibliographies Online*.
- Carr, C. T. & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Chang, Y., Tang, L., Inagaki, Y. & Liu, Y. (2014). What is tumblr: A statistical overview and comparison. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 16(1), 21-29.
- Check, J., ve Schutt, R. K. (2011). *Research methods in education*. Sage Publications.
- Chromey, K. J., Duchsherer, A., Pruet, J. & Vareberg, K. (2016). Double-edged sword: Social media use in the classroom. *Educational Media International*, 53(1), 1-12.
- Chrzanowski, M. & Levick, D. (2012). Using twitter to predict voting behavior.
- Chugh, R. & Ruhi, U. (2018). Social media in higher education: A literature review of Facebook. *Education and Information Technologies*, 23(2), 605-616.
- Church, K. & De Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp? Comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. In *Proceedings Of The 15th International Conference On Human-Computer Interaction With Mobile Devices And Services*. 352-361.
- Çakır, R. ve Yükseltürk, E. (2010). Bilgi toplumu olma yolunda öğrenen organizasyonlar, bilgi yönetimi ve e-öğrenme üzerine teorik bir çözümleme. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(2), 501-512.
- Çayırılı, E. (2017). *Sosyal medyanın modern hale getirilmesinde, insanların yaşamlarını planlamak*. Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Çepni, S., Özmen, H. & Ayvaci, H. Ş. (2016). Kuramdan uygulamaya fen ve teknoloji öğretimi (13. Baskı). Salih Çepni. *Yaşam (Bağlam) Temelli, Beyin Temelli Öğrenme Kuramları, 21. Yüzyıl Becerileri ve FeTeMM Yaklaşımı ve Fen Bilimleri Öğretimindeki Uygulamaları*, 170-181.
- Çetin, E. (2009). Sosyal iletişim ağları ve gençlik: Facebook örneği. *Uluslararası Davraz Kongresi Bildiri Kitabı*, 1094-1105.
- Cetinkaya, L. (2017). The impact of WhatsApp use on success in education process. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 18(7), 59-74.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, H. K., Küçük, E. ve Albayrak, D. (2012). Sosyal medyanın politik katılım ve hareketlerdeki rolü. *Akademik Bilişim Konferansı 3*, 233-237
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Dar, Q. A., Ahmad, F., Ramzan, M., Khan, S. H., Ramzan, K., Ahmed, W. & Kamal, Z. (2017). Use of social media tool “Whatsapp” in medical education. *Annals of King Edward Medical University*, 23(1), 39-42.
- Davis, M. (2009). Semantics Gov 2.0-Where are web 3.0, semantic technologies, and the next internet taking us. *Meta*.
- Demirci, S. F. (2011). Eğitim ve verimlilik. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim*, 141, 14-21.
- Demirli, C. ve Kütük, Ö. F. (2010). Anlamsal Web (Web 3.0) ve ontolojilerine genel bir bakış. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 9(18), 97-71.
- Devedžic, V. (2004). Web intelligence and artificial intelligence in education. *Journal of Educational Technology & Society*, 7(4), 29.
- DeVoe, K. M. (2009). Bursts of information: Microblogging. *The Reference Librarian*, 50(2), 212-214.
- Dewan, S. & Ramaprasad, J. (2014). Social media, traditional media, and music sales. *Mis Quarterly*, 38(1), 101-122.
- Dijck, J. V. (2011). Tracing twitter: The rise of a microblogging platform. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 7(3), 333-348.
- Dilmen, N. (2007). Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri-bloglar ve gazeteciliğe yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122.
- DiNucci, D. (1999). Fragmented future. *Print*, 53(4), 32-33.
- Drahošová, M. & Balco, P. (2017). The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union. *Procedia Computer Science*, 109, 1005-1009.

- Durdu, A. (2019). *Ortaokul 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışlarının incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Toros Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Ekici, M. (2012). Sosyal ağların eğitim bağlamında kullanımı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 156-167.
- Eldeniz, L. (2010). İkinci medya çağında etkileşimin rolü ve Web 2.0. *İkinci Medya Çağında İnternet. Der. Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz. İstanbul: Alfa Yayınları*.
- Engin, B. (2011). Yeni medya ve sosyal hareketler, cesur yeni medya, e-kitap, Der. *Mutlu Binark, Işık B. Fidaner, Alternatif Bilişim Derneği Yayınları. 33-37, Ankara*.
- Ergen, Y. (2019). YouTubers as a popular culture role model: a research study on private school students. *İnsan ve Toplum*, 9(1), 117-154.
- Ergürel, D. (2011). Instagram nedir? Nasıl kullanılır.
<https://medyaglob.wordpress.com/2011/07/24/instagram-nedir-nasil-kullanilir/> adresinde 30.07.2020 tarihinde incelenmiştir
- Erkul, R. E. (2009). Sosyal medya araçlarının (web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği*, 116, 96-101.
- Ertuğrul, A. M. ve Önal, I. (2014). Çeşitli konum etiketleme opsiyonlarıyla zenginleştirilmiş yeni bir konum bazlı hatırlatma uygulaması. In *UYMS*.
- Esen, E. (2014). Küreselleşme süreci ve eğitime etkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 211-224.
- Festl, R. (2021). Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany. *Journal of Children and Media*, 15(2), 249-271.
- Filiz, O., Osman, E., Dönmez, F. ve Adile, K. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2), 26-28.
- Foursquare (2020). Foursquare hakkında. <https://foursquareturkiye.com/foursquare/> adresinde 07.04.2020 tarihinde incelenmiştir.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. & Hyun, H. H. (2012). How to design and evaluate research in education.
- Getting, B. (2007). Basic definitions: web 1.0, web. 2.0, web 3.0. *practical ecommerce: insights for online merchants*. <http://www.practicalecommerce.com/articles/464-Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0>. adresinde 20.04.2020 tarihinde incelenmiştir.

- Guinta, M. R. & John, R. M. (2018). Social media and adolescent health. *Pediatric Nursing, 44*(4), 196-201.
- Gülseçen, S., Gürsul, F., Bayrakdar, B., Çilengir, S. ve Canım, S. (2010). Yeni nesil mobil öğrenme aracı: Podcast. *Akademik Bilişim, 10*, 10-12.
- Güvenliweb, (2020). Güvenlik tavsiyeleri. <https://www.guvenliweb.org.tr/sosyal-medya-rehberi/facebook> adresinden 14.07.2020 adresinde 14.07.2020 tarihinde incelenmiştir.
- Grant, N. (2008). On the usage of social networking software technologies in distance learning education. In *Society for information technology ve teacher education international conference 3755-3759*. Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).
- Greenhow, C., Galvin, S. M. & Staudt Willet, K. B. (2019). What should be the role of social media in education? *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences, 6*(2), 178-185.
- Grosseck, G., ve Holotescu, C. (2008, April). Can we use Twitter for educational activities. In *4th International Scientific Conference, Elearning And Software For Education*. Bucharest, Romania.
- Göktaş, Y. (2010). Eğitimde yeni teknolojiler. <https://docplayer.biz.tr/20625594> Eğitimde-yeni-teknolojiler.html adresinde 07.05.2020 tarihinde incelenmiştir.
- Gülçay, H. (2016). Sosyal medyanın iletişim alanlarındaki etkileri. *7. Hukukun Gençleri Sempozyum Dizisi: Sosyal Medya ve Gündelik Hayata Etkisi, 1*(7), 1-10.
- Gürdal, A. (1988). Fen öğretimi. *Deniz Kuvvetleri Komutanlığı Yayınları, 21*, 34-49.
- Hançer, A. H., Şensoy, Ö. ve Yıldırım, H. İ. (2003). İlköğretimde çağdaş fen bilgisi öğretiminin önemi ve nasıl olması gerektiği üzerine bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 13*(13), 80-88.
- Hargreaves, A. (2002). Sustainability of educational change: The role of social geographies. *Journal of educational change, 3*(3), 189-214.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastırma Dergisi, 2011*(32).
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 13*(1).
- Hung, H. T. & Yuen, S. C. Y. (2010). Educational use of social networking technology in higher education. *Teaching in higher education, 15*(6), 703-714.

- Hurd, P. D. (1998). Scientific literacy: New minds for a changing world. *Science education*, 82(3), 407-416.
- Hussin, A. A. (2018). Education 4.0 made simple: Ideas for teaching. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 6(3), 92-98.
- Hwang, J., Altmann, J. & Kim, K. (2009). The structural evolution of the Web 2.0 service network. *Online Information Review*.
- Işık, M. ve Kaptangil, İ. (2018). Akıllı telefon bağımlılığının sosyal medya kullanımı ve beş faktör kişilik özelliği ile ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerinden bir araştırma. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 7(2).
- İnternet Kurulu, Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı, & Orta Doğu Teknik Üniversitesi. (2011, Şubat). Çocukların sosyal paylaşım sitelerini kullanım alışkanlıkları araştırması raporu. <https://docplayer.biz.tr/7446995-Cocuklarin-sosyal-paylasim-sitelerini-kullanim-aliskanliklari-arastirmasi-raporu.html>. adresinde 06.12.2021 tarihinde incelenmiştir.
- Jham, B. C., Duraes, G. V., Strassler, H. E. & Sensi, L. G. (2008). Joining the podcast revolution. *Journal of Dental Education*, 72(3), 278-281.
- Kahraman, M. (2013). Sosyal medya 101 2.0. (İkinci Baskı), Mediacat Kitapları, İstanbul.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kapıdere, M. ve Çetinkaya, H. N. (2017). Eğitim bilişim ağı (EBA) mobil uygulamasının değerlendirilmesi. *International Journal of Active Learning*, 2(2), 1-14.
- Kapucu, M. S. (2014). Fen ve teknoloji dersinde görsel medya kullanımına yönelik fen bilgisi öğretmenlerin görüşleri. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 4(2), 75-90.
- Karademir, T. & Alper, A. (2011). Öğrenme ortamı olarak sosyal ağlarda bulunması gereken standartlar. In *5 th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Fırat University* (pp. 22-24).
- Karagöz, K. (2013). Yeni medya çağında dönüşen toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri. *İletişim ve diplomasi*, 1(1), 131-156.
- Karakuzu, M., ve Karaman, S. (2004). Web tabanlı uzaktan eğitim dersi tasarımında öğrenci özellikleri.
- Karal, H., ve Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 1(3), 251-263.

- Kaymak, G. (2012). *Sanal topluluklardaki sosyal ağlarda sosyalleşme ve güven sorunsalı: Ereğli örneği* (Doctoral Dissertation). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kenanoğlu, R. ve Kahyaoğlu, M. (2011, September). *Okul öncesi öğrencilerin internet kullanımı ile bilişsel, duyuşsal ve sosyal davranışları arasındaki ilişki*. 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium. (22-24 September). Fırat University, Elazığ.
- Kılıç, Ö. (2016). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kirtiş, A. K. ve Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 260-268.
- Kitsantas, T., Chirinos, D. S., Hiller, S. E. & Kitsantas, A. (2016). An examination of Greek college students' perceptions of positive and negative effects of social networking use. In *Social Networking and Education* (pp. 129-143). Springer, Cham.
- Koç, A. ve Ayık, Y. Z. (2017). Sosyal medya destekli eğitim: 6. ve 7. sınıf fen bilimleri ve İngilizce derslerinde sosyal ağ kullanımının öğrencilerin akademik başarılarına etkisi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(10), 7-19.
- Korkmaz, H. (2002). *Fen eğitiminde proje tabanlı öğrenmenin yaratıcı düşünme, problem çözme ve akademik risk alma düzeylerine etkisi*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir araştırma.
- Kumcağız, H., Özdemir, T. ve Demir, Y. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanımının akademik başarı ve arkadaşlık ilişkilerine etkisi. *International Journal of Social Science Research*, 8(2), 1-17.
- LinkedIn, (2020). LinkedIn nedir ve nasıl kullanabilirim?
<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/111668/linkedin-nedir-ve-linkedin-i-nas-l-kullanabilirim-?lang=tr>. adresinde 18.07.2020 tarihinde incelenmiştir.

- Martin, F., Wang, C., Petty, T., Wang, W. & Wilkins, P. (2018). Middle school students' social media use. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 213-224.
- Majeed, A. ve Ali, M. (2018). How Internet-of-Things (IoT) making the university campuses smart? QA higher education (QAHE) perspective. In *2018 IEEE 8th Annual Computing and Communication Workshop and Conference*, 646-648.
- Mayfield, A. (2008). What is Social Media? an e-book by Antony Mayfield from iCrossing.: http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_eboo adresinde 15.06.2020 tarihinde incelenmiştir.
- MEB. (2018). *Fen bilimleri dersi (ilkokul ve ortaokul 3, 4, 5, 6, 7 ve 8. sınıflar) öğretim programı*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- Metz, C. (2007). Web 3.0. *Pc Magazine*, 26(7/8), 74-79.
- McLoughlin, C. & Lee, M. (2007). Social software and participatory learning: Pedagogical choices with technology affordances in the Web 2.0 era.
- Moreau, E. (2018). What is Instagram, anyway. *Luettavissa*. <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>. *Luettu*, 7, 2018.
- Morgan, C.T. (2015). *Psikolojiye Giriş*. (Çev. Ed. Sirel Karakaş, Rükzan Eski). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Murray, C. (2008). Schools and social networking: Fear or education. *Synergy Perspectives: Local*, 6(1), 8-12.
- Musonera, E. (2018). Instagram: A photo sharing application. *Journal of the International Academy for Case Studies*, 24(4), 1-9.
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S. & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 1—A theoretical framework and application to dyadic peer relationships. *Clinical Child And Family Psychology Review*, 21(3), 267-294.
- Ntv, (2017). Twitter'da yeni dönem başladı. <https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/twitterda-yeni-donem-basladi-karakter-sayisiartti,tJL9EozDfEOJNyG3s8Krw/pBQBGRs7YECsIXAxYTw5FA> adresinde 18.07.2020 incelenmiştir.
- Özer, M. A. (2019). *Eğitimde sosyal medyanın kullanımı*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Özgen, E. (2012). Sosyal medya ve halkla ilişkilerde değişen medya anlayışı. *Editörler: Tolga Kara ve Ebru Özgen, Sosyal Medya/Akademi* (İçinde s. 9-20). İstanbul: Beta Basım.

- Özkan, N. P. (2013). Sosyal ağ kullanıcılarının e-sosyalleşme sürecindeki kimlik yapılandırma süreçleri. *Iccmtd-2013*, 386.
- Özkütük, İ. S. (2007). Yüksek öğretimde ortaklaşa oluşturulan ders notları için wiki tabanlı işbirliği platformu uygulaması. *Akademik Bilişim'07-IX Akademik Bilişim Konferansı*, 705-709.
- Özmen, F., Aküzüm, C. ve Sünkür, M. (2012). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği. *Education Sciences*, 7(2), 496-506.
- Öztan, A. C. ve İlik, A. (2012). *Fen ve teknoloji öğretiminde akıllı tahta kullanımının ilköğretim 7. sınıf öğrencilerinin akademik başarılarına etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Öztürk, S. K. (2021) Covid-19 salgını sürecinde taşınmalı öğrencilerin uzaktan eğitim ile verilen fen bilimleri dersine yönelik görüşleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(Pandemi Özel Sayısı), 3893-3918.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Parlak, A. ve Balık, H. H. (2005). *İnternet ve Türkiye’de internetin gelişimi*. Fırat Üniversitesi, mühendislik fakültesi elektrik-elektronik bölümü, Elâzığ.
- Piotrowski, C. (2015). Emerging research on social media use in education: A study of dissertations. *Research in Higher Education Journal*, 27.
- Pittman, M. & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
- Raizen, S. A. (1998). Raizen, Senta A., " Standards for science education," Teachers College Record, 100 (Fall, 1998), 66-121.
- Rapacki, S. (2007). Social networking sites: Why teens need places like myspace. *Young Adult Library Services*, 5(2), 28.
- Raut, V. & Patil, P. (2016). Use of social media in education: positive and negative impact on the students. *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 4(1), 281-285.
- Richardson, W. (2010). *Blogs, wikis, podcasts, and other powerful web tools for classrooms*. Corwin press.
- Richter, J. & Dawley, L. (2009). Social network knowledge construction: Emerging virtual world pedagogy. *On the horizon*.

- Rideout, V. & Robb, M. B. (2018). Social media, social life: Teens reveal their experiences. *San Francisco, CA: Common Sense Media.*
- Sampasa-Kanyinga, H. & Lewis, R. F. (2015). Frequent use of social networking sites is associated with poor psychological functioning among children and adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 18(7)*, 380-385.
- Sarsar, F., Başbay, M. ve Başbay, A. (2015). Öğrenme-öğretme sürecinde sosyal medya kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 11(2)*.
- Satıl, E. (2011). *Yeni medya ve sosyalleşme.* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Savcı, M. & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences, 30(3)*, 202-216.
- Shivalingaiah, D. & Naik, U. (2008). Comparative Study of web 1.0, web 2.0 and web 3.0.
- Segev, N., Avigdor, N. & Avigdor, E. (2018, June). Measuring influence on Instagram: a network-oblivious approach. In *The 41st International ACM SIGIR Conference on Research & Development in Information Retrieval* (pp. 1009-1012).
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. & Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama.
- Solmaz, B. ve Görkemli, H. N. (2012). Yeni bir iletişim alanı olarak sosyal medya kullanımı ve konya kadın dernekleri örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (28)*, 183-189.
- Sutherland, D. & Dennick, R. (2002). Exploring culture, language and the perception of the nature of science. *International Journal of Science Education, 24(1)*, 1-25.
- Şahin, E. ve Doymuş, K. (2021). Dijital destekli işbirlikli öğrenci takımları başarı bölümleri yönteminin fen bilimleri dersinin akademik başarısına etkisi. *Ekev Akademi Dergisi, (85)*, 173-186.
- Şener, G. (2009). Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması. *XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı*, 12-13.
- Şımşek, N. (1997). *Derste eğitim teknolojisinin kullanımı.* Ankara: Ami Matbaası.
- Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi, 18*, 775-822.

- Tavşanlı, Ö. F. ve Akaydın, B. B. (2017). Sınıf öğretmenlerinin bakış açısıyla sosyal medya okuryazarlığı. *Journal of International Social Research*, 10(48).
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 2014 (XVII).
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C. ve Bilici, A. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. *XIV. Akademik Bilişim Konferansı*, 28-30.
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya kurumu: Üniversite düzeyinde bir araştırma*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tuzel, S. & Hobbs, R. (2017). The use of social media and popular culture to advance cross-cultural understanding. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 25(1).
- TÜİK, (2021). Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmaları. Erişim Tarihi: URL: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437). adresinde 15.09.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28(28), 559-572.
- Ünal, B. B. ve Hastürk, G. (2018). Fen bilimleri dersinde eğitim bilişim ağı (EBA) kullanımının ortaokul öğrencilerinin akademik başarılarına etkisi. *Uluslararası Beşerî Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(7), 327-342.
- Ünal, B. B. (2017). Web tabanlı uzaktan eğitimin fen bilimleri konularında öğrenci başarısına etkisi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2017(9), 481-490.
- Villanyi, M. (2012). The development of internet from web 1.0 to web 3.0. Erişim: 2020. <https://www.studymode.com/essays/The-Development-Of-Internet-From-Web-1330835.html>
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20).
- Yılmazsoy, B. ve Kahraman, M. (2019). Lisans ve lisansüstü öğrencilerin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(1), 219-229.

- Yiğit, Y., Yıldırım, S. ve Özden, M. Y. (2000). Web-based Internet tutorial: A case study. *Hacettepe University Journal of Education*, 19, 166-176.
- Yunus, A. ve Kaleci, D. (2018). YouTube sitesindeki videoların eğitim materyali olarak kullanımına ilişkin öğrenci görüşleri. *International Journal of Active Learning*, 3(1), 57-68.
- Yüksel, N. A. A. (2013). Yeni medyanın ve sosyal ağların yaşamımıza soktuğu yeni bir yaşam pratiği. *Sofalising. ICCMTD-2013*, 397.
- Yüksel, U. (2012). Geleneksel medya ve yeni medya. *Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sunumları*. <http://dijitalkulturgra331.blogspot.com.tr/2013/01/yeni-medyave-geleneksel-medya-sunum.html>. Erişim, 15, 2017.
- Wattenhofer, M., Wattenhofer, R. & Zhu, Z. (2012, May). The YouTube social network. In *Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*.
- We Are Social. (2020). Türkiye için dijital verileri. Erişim Tarihi: 10.02.2020. <https://wearesocial.com/uk/>. Adresinden 10.02.2020 tarihinde incelenmiştir.
- Wingate, P. (1997). *The internet for beginners*. EDC Publishing.

EKLER

EK -1. SOSYAL AĞ SİTELERİ KULLANIM AMACI ÖLÇEĞİ

University Students' Aims of Use of Social Network Sites Scale: Development and Evaluation

263

SOSYAL AĞ SİTELERİ KULLANIM AMACI ÖLÇEĞİ

Bu bölümde sosyal ağ sitelerini kullanma amaçlarınızı belirlemeye yönelik tümceler yer almaktadır. İlgili tümcelerin karşısında "1 = Kesinlikle katılmıyorum", "2 = Katılmıyorum", "3 = Orta Derecede Katılıyorum", "4 = Katılıyorum" ve "5 = Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere beş seçenek verilmiştir. Lütfen her tümceyi dikkatle okuyarak, sizin için en uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

1-Kesinlikle Katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Orta Derecede Katılıyorum
4-Katılıyorum 5-Tamamen Katılıyorum

	1	2	3	4	5
M1: Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkanı sunduğu için kullanıyorum.					
M2: Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.					
M3: Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum.					
M4: Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.					
M5: Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.					
M6: İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamlarını incelemek amacıyla kullanıyorum.					
M7: Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.					
M8: Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum.					
M9: Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum.					
M10: İlgimi çeken gruplara katılmak için kullanıyorum.					
M11: Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.					
M12: Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.					
M13: Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum.					
M14: Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.					

EK -2. ÖLÇEK DIŞI SORULAR

SOSYAL AĞ SİTELERİ KULLANIM AMACI ÖLÇEĞİ

AŞağıda yer alan anket formundaki bilgilerden Prof. Dr. Hakan SERT danışmanlığında gerçekteŐirilecek olan yüksek lisans tez proje çalışmasında yararlanılacaktır. Anket soruları genel olarak değerlendirileceği için isminiz istenmeyecektir. Anketin amacı ilköğretim 7.sınıf öğrencilerinde sosyal medya kullanımının fen eğitimi üzerine etkisinin tespit edilmesidir. Bu nedenle sorulara içtenlikle cevap vermeniz önemlidir. Araştırmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

Hacı Kubilay KIRAZ
Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Fen Bilimleri Eğitimi
kubikiraz@gmail.com

* Gerekli

1. Okul Adı ve Bulunduğunuz Şehir *

2. Cinsiyet *

Yalnızca bir Şıkkı işaretleyin.

- KADIN
 ERKEK

3. Sınıfınız *

Yalnızca bir Şıkkı işaretleyin.

7. SINIF
 8.SINIF

4. En Son Fen Bilimleri Ders Notu Ortalamanız *

Yalnızca bir Şıkkı işaretleyin.

- 0-49
 50-59
 60-69
 70-84
 85-100

5. En Son aldığınız Karne Ortalamanız? *

Yalnızca bir Şıkkı işaretleyin.

- 0-49
 50-59
 60-70
 70-84
 85-100

6. AŞağıdaki Sosyal medya Hesaplarından Hangilerini Kullandınız? *

Brden Fazla Seçenek iŐaretlemesi Yapabilirsiniz.

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- Youtube
 Instagram
 Facebook
 Twitter
 TİK TOK
 WhatsApp
 PubG
 Mycraft
 Zula
 ROBLOX

7. İnternet üzerinden Fen Bilimleri Dersini Öğrenmek için video ve yazılı notlara bakar mısınız? *
- Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*
- Evet
 Hayır
8. Ne Kadar Süredir Sosyal Medya Kullanıyorsunuz? *
- Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*
- 1 YILDAN AZ
 1-2 YILDIR
 3-4 YILDIR
 4 YILDAN FAZLA
9. Akıllı Telefon, Tablet ve Bilgisayarda 1 Gün içerisinde ne kadar zaman harcıyorsunuz? *
- Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*
- 30 dakika
 1 saat
 1-2 saat
 3-4 saat ve daha fazla
10. Sosyal Medyayı Kullanım Sıklığınızı Nasıl Tanımlarsınız? *
- Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*
- Her gün bir kere
 Her gün bir kereden fazla
 Haftada bir kere
 Haftada bir kereden fazla
 Ayda bir kere
11. Sosyal Medya Sitelerine Daha Çok Hangi Ortamlardan Erişim Sağlıyorsunuz? *
- Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*
- EV İNTERNETİ
 İnternet Kafe
 Kablosuz ağ olan herhangi bir yerde
 Diğer: _____
12. Boş zamanlarında en çok neler yaparsın? *
- birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.*
- Uygun olanların tümünü işaretleyin.*
- sokakta ve parkta oyun oynarım
 sevdiğim spor veya müzik aletiyle ilgili kursa giderim
 evde akıllı telefon veya bilgisayarda oyun oynamayı ve vakit geçirmeyi severim.
 kitap okurum
 anneme ve babama yardımcı olurum
 yürüyüş yaparım veya bisiklet sürerim
 televizyon izlerim, sinemaya giderim
13. Uzaktan eğitim almak hoşunuza gitti mi? *
- Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*
- evet
 hayır
 emin değilim
14. Uzaktan eğitimde aldığınız fen bilimleri dersinin faydalı olduğunu düşünüyor musun? *
- Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*
- evet
 hayır

EK -3 ÖLÇEK KULLANIM İZİNİ

Ölçek kullanım izni

3 İleti

Kubilay Kiraz <kubikiraz@gmail.com>
Alıcı: mkokoc@ktu.edu.tr

16 Eylül 2019 15:21

Mehmet Hocam Merhaba,
Ben Akdeniz Üniversitesinde Prof. Dr. Hakan BERT danışmanlığında Yüksek Lisans yapmaktayım. Tez çalışmam için geliştirmiş olduğunuz "Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı" ölçeğinizin kullanım iznini sizden talep ediyorum.

Saygılarımla.

mkokoc@ktu.edu.tr <mkokoc@ktu.edu.tr>
Alıcı: Kubilay Kiraz <kubikiraz@gmail.com>, kokoc@trabzon.edu.tr

17 Eylül 2019 23:00

Merhaba Hocam,

Envanteri kullanmanızdan memnuniyet duyuyorum. Ekte gönderiyorum.

Elde edilen puanların değerlendirilmesi şu şekildedir: Belirlenen faktörler sırasıyla "sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım", "tanıma ve tanınma amaçlı kullanım" ve "eğitim amaçlı kullanım" olarak adlandırılmıştır. Birinci faktörün altında yedi madde (1, 3, 6, 7, 9, 10, 11), ikinci faktörün altında üç madde (2, 4, 14) ve üçüncü faktörün altında ise dört madde (5, 8, 12, 13) yer almaktadır. Alt boyutlardaki maddelerden elde edilen toplam puan, o alt boyuttaki madde sayısına bölündüğünde o alt boyutta ilgili kullanım amacına ilişkin bilgi (puan) elde edilmektedir. Bu bir kullanım amacı envanteri olduğundan ölçeğin tamamından puan elde edilememektedir. Ters puanlanacak madde bulunmamaktadır.

Envanterle ilişkili makaleyi bu linkten (<http://dergipark.gov.tr/turkbiimat/issue/21562/231430>) indirebilirsiniz.
İyi çalışmalar,

Dr. Mehmet Kokoc
Trabzon Üniversitesi

EK- 4. TEZ ONAY İZİNİ

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
KARAR

Toplantı Tarihi : 29/01/2020
Karar Sayısı : 05

Üniversitemiz Eğitim Fakültesi Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü öğretim üyesi **Prof. Dr. Hakan SERT**'in danışmanlığını, **Hacı Kubilay KIRAZ**'ın araştırmacılığını üstlendiği, "*İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Fen Eğitimi Üzerine Etkisi*" başlıklı tez çalışması kapsamında kullanılacak olan çalışmanın uygunluğunun görüldüğü istemi.

Üniversitemiz Eğitim Fakültesi Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü öğretim üyesi **Prof. Dr. Hakan SERT**'in danışmanlığını, **Hacı Kubilay KIRAZ**'ın araştırmacılığını üstlendiği, "*İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Fen Eğitimi Üzerine Etkisi*" konulu çalışmanın, fikri hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucuya ait olmak üzere, proje süresince uygulanmasının etik olarak **uygun olduğuna** oy birliği ile karar verilmiştir.

Başkan
**Prof. Dr.
Osman ERAVŞAR**
(imza)

Başkan Yrd.
**Prof. Dr.
Bahattin ÖZDEMİR**
(imza)

Üye
**Prof. Dr.
Hilmi DEMİRKAYA**
(imza)

Üye
**Prof. Dr.
Mustafa ŞEKER**
(imza)

Üye
**Prof. Dr.
Adnan DÖNMEZ**
(imza)

Üye
**Prof. Dr.
Abdullah KARACAĞ**
(imza)

Üye
**Prof. Dr.
Eyyup YARAŞ**
(imza)

29.01.2020

EK-5. VALİLİK İZİNİ



T.C.
TOKAT VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 27001677-44-E.5130243
Konu : Araştırma İzni Verilmesi

10/03/2020

VALİLİK MAKAMINA

İlgi : a) Millî Eğitim Bakanlığına Bağlı Okul ve Kurumlarda Yapılacak Araştırma ve Araştırma Desteğine Yönelik İzin ve Uygulama Yönergesi.
b) 23/10/2019 tarihli ve 27001677/44/20812138 sayılı Valilik Makam Onayı.
c) Araştırma İzinleri İnceleme Komisyonunun 09.03.2020 tarihli tutanağı.
d) Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü Öğrenci İşleri Daire Başkanlığının 26/02/2020 tarih ve 6072 sayılı yazısı.

Akdeniz Üniversitesi'nin ilgi (d) talebi gereği Eğitim Bilimleri Enstitüsü Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Ana Bilim Dalı Fen Bilgisi Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi Hacı Kubilay KIRAZ Tokat İli Merkez, Turhal, Erbaa ilçelerinde Gaziosmanpaşa Ortaokulu, Yazitepe Ortaokulu, Tepeşehir Yatılı Bölge Ortaokulu 7. Sınıf öğrencilerine yönelik "İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Fen Eğitimi Üzerine Etkisi" başlıklı tez çalışmasını uygulamak istenmektedir.

Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Ana Bilim Dalı Fen Bilgisi Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi Hacı Kubilay KIRAZ'ın hazırlanmış olduğu "İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Fen Eğitimi Üzerine Etkisi" konulu bilimsel amaçlı anket çalışmasını Tokat İli Merkez, Turhal, Erbaa ilçelerinde Gaziosmanpaşa Ortaokulu, Yazitepe Ortaokulu, Tepeşehir Yatılı Bölge Ortaokulu 7. Sınıf öğrencilerine uygulanma yapması Müdürlüğümüzce de uygun görülmektedir.

Makamınızca da uygun görüldüğü takdirde Olur'unuz arz ederim.

Murat KÜÇÜKALİ
İl Millî Eğitim Müdürü

OLUR
10/03/2020

Dr. Mehmet GÖDEKMERDAN
Vali a.
Vali Yardımcısı

Ek:

1-Tutanak

2-Akdeniz Üniv. Rektörlüğü yazısı Ekleri

EK-6. ANTALYA İL MİLLİ EĞİTİM İZİNİ



T.C.
ANTALYA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 98057890-20-E.16460261
Konu : Anket Uygulaması

10.11.2020

İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE
ANTALYA

İlgi : 21/01/2020 tarih ve 1563890 sayılı Millî Eğitim Bakanlığına Bağlı Okul ve Kurumlarda Yapılacak Araştırma, Yarışma ve Sosyal Etkinlik İzinlerine Yönelik İzin ve Uygulama Genelgesi.

Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Anabilim Dalı Fen Bilgisi Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi Hacı Kubilay KIRAZ'ın "İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Fen Eğitimi Üzerine Etkisi" adlı araştırmasını, ilimizde Döyemealtı, Muratpaşa ve Manavgat ilçelerinde bulunan İlcaköy İmam Hatip Ortaokulu, Meryem Mustafa Ege Ortaokulu, Beşkonak Yatılı Bölge Ortaokulunda uygulama isteği ile ilgili 29/09/2020 tarih ve 21911 sayılı yazısı, Müdürlüğümüz ARGE Birimi Değerlendirme ve İnceleme Komisyonunca incelenmiş olup;

Adı geçenin ilgi Genelge kapsamında 2020-2021 Eğitim Öğretim Yılı içerisinde olmak üzere, ilimizde Muratpaşa İlçesi Hamza Taş İmam Hatip Ortaokulu, Mevlana İmama Hatip Ortaokulu, Hamidiye İmam Hatip Ortaokulu, Başöğretmen Atatürk Ortaokulu, Atatürk Ortaokulu, Mustafa Asım Çula Ortaokulunda öğrenim gören öğrencilere, https://docs.google.com/forms/d/c/1FAIpQLSfMSS_Ns5m7YFaw1SQicgr0uD49FN9YuqRsbN4jHany3M0Sw/v/iewform Link adresinden Okul Müdürlüklerinin sorumluluğunda Eğitim-Öğretim faaliyetlerini aksatmaksızın yürütmesi,

Söz konusu araştırmanın bitimine müteakip; sonuç raporunun bir örneğinin CD ortamında Müdürlüğümüz Ar-Ge bürosuna gönderilmesi kaydıyla uygulanması, Komisyonca uygun görülmüştür.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde, Valilik Makamının 02/04/2019 tarih ve 12935 sayılı yetki devrine göre olurlarınıza arz ederim.

Mehmet KARAKAŞ
Müdür a.
Müdür Yardımcısı

OLUR
10.11.2020

Hüseyin ER
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdürü



Bu evrak güvahi elektronik form ile imsalanmıştır. <https://evrakorgu.meb.gov.tr/adi/evrak> e8b5-c88a-3f42-b170-3110 kodu ile teyit edilebilir.

EK -7 TOKAT İL MİLLİ EĞİTİM İZNİ

Evrak Tarih ve Sayısı: 18/03/2020-13304



T.C.
TOKAT VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 27001677-44-E.5267242
Konu : Araştırma izni

11.03.2020

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
ANTALYA

1

İlgi : 26/02/2020 tarih ve 6072 sayılı yazınız.

İlgi yazınız ekinde gönderilen Üniversitenizin Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'nün Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Ana Bilim Dalı Fen Bilgisi tezli yüksek lisans programı öğrencisi Hacı Kubilay KIRAZ'a ait araştırma izni Müdürlüğümüz İnceleme Komisyonu tarafından incelenmiş, söz konusu araştırmanın yapılmasında herhangi bir sakınca olmayacağı kanaatine varılmış olup, konu ile ilgili Valilik Onayı ekte gönderilmiştir.

Bilgi ve gereğini arz ederim.

Murat KÜÇÜKALİ
İl Millî Eğitim Müdürü

Ek : Valilik Onayı

11 03 20

Adres: GOP Bulvarı 60100 Tokat/Merkez
Elektronik Ağ: www.meb.gov.tr

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden d054-2827-3cca-81a8-8032 kodu ile tey

EK -8 BİLDİRİM SAYFASI

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Akdeniz Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir. Tezimin 2 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

00/00/2022

Hacı Kubilay KİRAZ

Özgeçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Hacı Kubilay KİRAZ

Doğum Yeri ve Tarihi :

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Akdeniz Üniversitesi Eğitim Fakültesi Fen Bilgisi Öğretmenliği

Yüksek Lisans Öğrenimi : Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Fen Bilgisi Eğitimi

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetler : BAP

İş Deneyimi

Projeler : İlköğretim 7.Sınıf Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Fen Eğitimi Üzerine Etkisi.

Stajlar : Meryem Mustafa Ege Ortaokulu (2018).

Çalıştığı Kurumlar : Cenap Düzgün Eğitim Kurumları (2019-2020) Polatlı Özel Işın Yaman Koleji (2020- devam etmekte).

Bilimsel Faaliyetler

Bildiriler : IX. International Symposium on Ecology and Environmental Problems (ISEEP-2019).

Makale : Lisans Öğrencilerinin Doğayla İlişki Düzeylerinin Belirlenmesi

Yayın : Abstracts of the 9 th International Symposium on Ecology and Enviromental Problems Abstract Book (Prof. Dr. Hakan SERT & Hacı Kubilay KİRAZ ISBN: 978-605-69795-0-7)

İletişim

E- Posta Adresi

Tarih

İNTİHAL RAPORU

Kubilay Tez							
ORIJİNALLIK RAPORU							
%5	BENZERLİK ENDEKSİ	%5	İNTERNET KAYNAKLARI	%3	YAYINLAR	%1	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ
BİRİNCİL KAYNAKLAR							
1	www.researchgate.net	İnternet Kaynağı	%2				
2	hdl.handle.net	İnternet Kaynağı	%1				
3	2019.fmgtegitimikongresi.com	İnternet Kaynağı	%1				
4	dergipark.org.tr	İnternet Kaynağı	%1				
5	www.sanategitimidergisi.com	İnternet Kaynağı	<%1				
6	acikerisim.ybu.edu.tr:8080	İnternet Kaynağı	<%1				
7	www.jret.org	İnternet Kaynağı	<%1				
8	docplayer.biz.tr	İnternet Kaynağı	<%1				
9	acikerisim.pau.edu.tr:8080	İnternet Kaynağı	<%1				
10	Submitted to Üsküdar Üniversitesi	Öğrenci Ödevi	<%1				
11	www.guvenplus.com.tr	İnternet Kaynağı	<%1				