

T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
YENİ MEDYA ve İLETİŞİM YÖNETİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DİJİTAL TEKNOLOJİLERİ KULLANIM  
ALİŞKANLIKLARI VE SOSYALLEŞME:  
İLKOKUL ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR  
ARAŞTIRMA**

Zeynep KORKMAZ

2501150876

TEZ DANIŞMANI  
Prof. Dr. Yıldız Dilek ERTÜRK

İstanbul, 2019



T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS  
TEZ ONAYI



ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : ZEYNEP KORKMAZ Numarası : 2501150876  
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM/YENİ MEDYA VE İLETİŞİM YÖNETİMİ/YÜKSEK LİSANS Danışmanı : PROF. DR. YILDIZ DİLEK ERTÜRK  
Tez Savunma Tarihi : 20.06.2019 Saati : 13.30  
Tez Başlığı : DİJİTAL TEKNOLOJİLERİ KULLANIM ALIŞKANLIKLARI VE SOSYALLEŞME: İLKOKUL ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ / ~~GYÖÇMÜSÜNE~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-PROF. DR. YILDIZ DİLEK ERTÜRK		Kabul
2-DOÇ. DR. BETÜL ÖNAY DOĞAN		Kabul
3-DR. ÖGR. ÜYESİ HATİCE BURCU ÖNDER		

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-PROF. DR. YEŞİM GÜÇDEMİR		
2-DOÇ. DR. AYDA UZUNÇARŞILI SOYDAŞ		Kabul

## ÖZ

# DİJİTAL TEKNOLOJİLERİ KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ve SOSYALLEŞME: İLKOKUL ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA ZEYNEP KORKMAZ

Pek çok alanı etkileyen hızlı teknolojik gelişmeler, iletişim alanını da büyük ve dikkat çekici şekillerde etkilemektedir.

Bu çalışma ile genel anlamda ilkokul ikinci kademe çocuklarının dijital teknolojileri kullanma alışkanlıklarını ve sosyalleşme süreçleri arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmaktadır.

Çalışma, çeşitli alanlarda çocuklara ücretsiz olarak eğitim desteği veren Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV)'in İstanbul ve Van illerinde etkinliklerine katılan 5, 6, 7 ve 8. sınıf çocuklarıyla gerçekleştirilmiştir. 148 çocuğa kullanım alışkanlıkları ve sosyalleşmeye yönelik bilgi alma ve tutumlarını ölçmek amaçlı araştırmacı tarafından geliştirilen bir anket uygulanmıştır. Toplanan verilerin değerlendirilmesi için SPSS 24.0 istatistik programı kullanılmıştır. Çocukların dijital teknoloji kullanımlarını ve genel alışkanlıklarını belirlemek için betimleyici tablolardan, frekans ve yüzdelerden faydalanılmıştır. Araştırmaya katılan çocukların kullanım alışkanlıkları ve sosyalleşme üzerine tutumlarını ölçmek için keşfedici faktör analizi kullanılmıştır. Yapılan analizde, sosyalleşme de dahil toplam 4 faktör bulunmuştur. Bu faktörler; eğlence – boş zaman aktivitesi, sosyalleşme, bilgi edinme, araştırma yapma – etkileşim olarak belirlenmiştir. Bu faktörler; cinsiyet, yaş, kullanım sıklığı, yaşanan şehir ve diğer değişkenler açısından incelenmiştir. Bu kapsamda analiz yapılırken, T testi ve Anova Testi'nden yararlanılmıştır.

Araştırma sonucunda çocukların günde ortalama 1 – 2 saatlerini sosyal ağlarda geçirdikleri, en çok kullandıkları sosyal ağların YouTube ve Instagram olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal ağların yasal kullanım yaşının 13 olmasına rağmen araştırmaya katılan çocukların çok büyük bir çoğunluğunun ilk defa 11-12 yaşlarında bu ağlarda hesap açtığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte çocuklar bu teknolojileri en çok eğlence için daha sonra da sosyalleşmek için kullandıkları ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** çocuk, sosyal ağlar, dijital teknolojiler, sosyalleşme

## **ABSTRACT**

# **USAGE HABIT OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND SOCIALIZATION: A STUDY ON PRIMARY SCHOOL STUDENTS**

**ZEYNEP KORKMAZ**

Rapid technological developments that affect many areas affect also the field of communication in large and remarkable ways.

The aim of this study is generally to examine the relationship between usage habit of digital technologies and socialization processes of the second level-primary school students.

The study is performed with 5., 6., 7., and 8. grade children attending the activities in the Foundation of Turkey Educational Volunteers which supports free education in various fields in Istanbul and Van. A questionnaire, which was developed by the researcher, was conducted to 148 children to assess their habits of use and their attitudes towards socialization. SPSS 24.0 version has been used to evaluate the data. In order to determine children's usage of digital technologies and general habits, descriptive tables, frequencies, and percentages are utilized. Exploitive factor analysis is used for measuring the attitudes of children's usage habits and socialization. Total four factors involving socialization are founded in analysis. These factors are identified as follows; fun – leisure time activity, socialization, knowledge acquisition, and research – interaction. Such factors are also examined in terms of gender, age, use frequency, city, and other variables. In this context, T-Test and ANOVA Test are conducted.

Research results have shown that the children spend approximately 1-2 hours in social networks in a day, and also YouTube and Instagram are commonly used as social networks. Moreover, although legal age of using social networks is 13, the majority of children participating in the study had their own social media account when they were 11-12 for the first time. Finally, it is revealed that the children use these technologies for fun most, then for socialization.

**Key Words:** child, social networks, digital technologies, socialization

## ÖNSÖZ

Bu çalışma İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Medya ve İletişim Yönetimi bölümünde yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

“Dijital Teknolojileri Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyalleşme: İlkokul Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” isimli bu çalışma ilkokul 5, 6, 7 ve 8.sınıf çocuklarının dijital teknolojileri kullanım alışkanlıkları ve sosyalleşme süreçlerinin incelemeyi amaçlamaktadır. Yapılan analizlerle çocukların yeni teknolojileri ve sosyal ağları kullanımlarını açıklayan faktörler ortaya konmuş ve çeşitli değişkenlerle aralarındaki farklılıklar belirlenmiştir. Sosyalleşme süreci çocukluktan itibaren başlanılan bir süreç olduğu için bu alanda çocuklarla yapılan çalışmaların önemi daha da artmaktadır.

Başta bu tezin yazımında desteği çok büyük olan ve her zaman yol gösteriliğiyle yanımda olan çok sevgili tez danışmanım Prof. Dr. Yıldız Dilek Ertürk’e teşekkürü borç bilirim.

Bu çalışma için çocuklarla anket uygulamam ve onlara erişimim için yardım eden Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı’ndaki yöneticilerime, birlikte çalıştığım arkadaşlarıma ve tabii ki vakıftaki çocuklara çok teşekkür ederim.

Ayrıca her zaman yanımda olan, beni destekleyen, bana inanan ve pek çok şeyi mümkün kılan sevgili aileme, bütün bu zaman boyunca motivasyonumu yüksek tutmak için yanımda olan ve her başım sıkıştığında yardımına koşan arkadaşlarımin her birine ayrı ayrı çok teşekkür ederim.

İSTANBUL, 2019

Zeynep KORKMAZ

## İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### SOSYALLEŞME SÜRECİNE GENEL BİR BAKIŞ

1.1. Sosyalleşme Kavramı .....	3
1.2. Bilişsel Gelişim, Ahlaki Gelişim ve Sosyalleşme Süreci.....	7
1.2.1. Piaget ve Bilişsel Gelişim .....	7
1.2.2. Kohlberg ve Ahlak Gelişimi .....	10
1.2.3. Bandura ve Sosyal Öğrenme Kuramı .....	13
1.2.4. Sosyalleşme ve Kültür .....	16

### İKİNCİ BÖLÜM

#### SOSYALLEŞME SÜRECİNDE DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

2.1. Dijital İletişim Teknolojilerinin Gelişim Süreçleri .....	20
2.2. Yeni Medyanın Ortaya Çıkışı.....	25
2.2.1. Geleneksel Medya ve Yeni Medya .....	29
2.2.2. Sosyal Ağlar ve İletişim Teknolojileri Kullanım Kategorileri ve Alanları .....	31
2.3. Dijital Teknolojiler ve Çocuk.....	35
2.4. Dijitalleşme ile Değişen Kültür ve Sosyalleşme Süreci .....	39
2.5. Dijital Teknolojilerin Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından Kullanımı.....	43

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DİJİTAL TEKNOLOJİLERİ KULLANIM ALIŞKANLIKLARI VE SOSYALLEŞME: İLKOKUL ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma Problemi .....	47
3.2. Araştırmanın Önemi .....	48
3.3. Araştırmanın Amacı .....	48
3.4. Sayıtlılar .....	49
3.5. Sınırlılıklar.....	49
3.6. Yöntem .....	50
3.6.1 Araştırma Modeli.....	50
3.6.2 Evren / Örneklem.....	50
3.6.3 Veri Toplama Aracı .....	51
3.6.4. Verilerin Analizi .....	53
3.7. Bulgular .....	58
3.7.1. Cinsiyet, Yaş, Sınıf Düzeyi, Okul Türü, Şehir Bilgisi Frekans ve Yüzdelik Dağılım .....	58
3.7.2. Dijital Teknolojileri Kullanım Profilleri.....	60
3.7.3. Faktör Alt Boyutları.....	67
3.7.4. Faktör Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi.....	70
3.7.5. Dijital İletişim Teknoloji Kullanımları Faktörlerinin Cinsiyete Göre Durumu .....	71
3.7.6. Dijital İletişim Teknoloji Kullanımları Faktörlerinin Yaşa Göre Durumu71	
3.7.7. Dijital İletişim Teknoloji Kullanım Faktörlerinin Yaşanılan Şehre Göre Durumu .....	73
3.7.8. Dijital İletişim Teknolojilerin Saat Bazında Günlük Kullanımlarına Göre Durumu .....	73
3.8. Genel Değerlendirme.....	75
<b>SONUÇ.....</b>	<b>79</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>84</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>93</b>

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.Kohlberg'in Ahlak Gelişimi Evrelerinin Tanımlanması .....	12
Tablo 2. Web 1.0 ve Web 2.0.....	30
Tablo 3.Son Üç Ay İçinde İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanma Amaçları – TÜİK Ocak-Mart 2018 Raporu Verileri.....	34
Tablo 5. Faktörler ve ortalamaları.....	54
Tablo 6. Cronbach Değeri .....	56
Tablo 7. Faktör Güvenilirliği .....	57
Tablo 8. KMO ve Bartlett's testi .....	57
Tablo 9.Araştırmaya katılan çocukların cinsiyet dağılımları.....	58
Tablo 10. Araştırmaya katılan çocukların yaş düzeyleri.....	59
Tablo 11. Araştırmaya katılan çocukların sınıf düzeyleri.....	59
Tablo 12.Araştırmaya katılan çocukların okul türleri .....	59
Tablo 13. Araştırmaya katılan çocukların şehir bilgileri .....	60
Tablo 14. Araştırmaya katılan çocukların evlerinde ulaşabildiği araçlar .....	61
Tablo 15.Kişisel olarak sahip oldukları araçlar.....	62
Tablo 16.Annenin en çok kullandığı araçlar .....	62
Tablo 17.Babanın en çok kullandığı araçlar .....	63
Tablo 18. Sosyal medya hesabına sahip olma.....	64
Tablo 19. İnternette/sosyal ağlarda günlük vakit geçirme oranı .....	64
Tablo 20. Sosyal ağları düzenli kullanım oranları .....	65
Tablo 21.İlk defa sosyal ağları kullanım yaşları oranları.....	65
Tablo 22.En çok kullanılan sosyal ağlar .....	66
Tablo 23.Sosyal ağlarda en çok neler yapıldığı .....	66
Tablo 24.Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi Faktörü.....	67
Tablo 25.Sosyalleşme faktörü.....	68
Tablo 26.Bilgi edinme faktörü .....	69
Tablo 27.Araştırma yapma-etkileşim faktörü .....	69



Tablo 28. Faktör alt boyutları arasındaki korelasyon analizi (Pearson Correlation) .	70
Tablo 29.Faktörlerin cinsiyet değişkenine göre T TESTİ sonuçları .....	71
Tablo 30.Faktörlerin yaş değişkenine göre tek yönlü ANOVA TESTİ sonuçları .....	72
Tablo 31.Faktörlerin şehir değişkenine göre T testi sonuçları.....	73
Tablo 32. Faktörlerin saat bazında günlük kullanım oranları ANOVA Testi.....	74



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>ANOVA</b>	: Analysis Of Variance (Varyans analizi)
<b>ARPA</b>	:Advanced Research Projects Agency (İleri Araştırma Projeleri Ajansı)
<b>CERN</b>	: Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi
<b>F</b>	: Varyans
<b>KMO</b>	: Kaiser-Meyer-Olkin testi
<b>N</b>	: Frekans
<b>ODTÜ</b>	:Ortadoğu Teknik Üniversitesi
<b>P</b>	: Anlamlılık
<b>SPSS</b>	: Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
<b>SS</b>	: Standart Sapma
<b>TBMM</b>	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
<b>TEGV</b>	: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>TUİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TUVAKA</b>	: Türkiye Üniversiteler Araştırma Kurumu Ağları
<b>TÜBİTAK</b>	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
<b>UNICEF</b>	: Bileşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
<b>Vd.</b>	: Ve diğerleri
<b>X</b>	: Ortalama

## GİRİŞ

Özellikle son on yılda teknoloji alanında yaşanan gelişmeler günlük hayatımızı pek çok açıdan değiştirmektedir. Sağlıktan eğitime, ekonomiden siyasete kadar pek çok alan, yaşanan bu gelişmelerden etkilenmekte ve buna uygun dinamikler geliştirmektedir.

Gündelik yaşantımızı en çok etkileyen ise hiç kuşkusuz iletişim alanında yaşanan gelişmelerdir. Yeni iletişim teknolojileri, özellikle de başlı başına internet, kaçmak veya kullanmamak konusunda dirensen de, artık karşı koymamızın pek kolay olmadığı bir gerçektir. Bununla birlikte yapılan pek çok araştırma gösteriyor ki, yeni iletişim teknolojileri asıl olarak gerçek hayattan yorulan insanlar için bir kaçış merkezi olması sebebiyle çok fazla tercih edilmektedir. Yaşanan tüm değişimler bulaşıcı bir şekilde yayılmakla birlikte belki de asıl korkutucu olan bunlara çok kolay alışıyor ve hayatımızın vazgeçilmezi haline getiriyor olmamızdır.

Günümüzde insanlar artık çok erken yaşlarda bu teknolojilerle tanışmakta ve pek çok hayat pratiğini bu teknolojiler sayesinde elde etmektedir. Bu sebeple de bu teknolojilerin en büyük etkileri çocuklar üzerinde görülmektedir. Web 2.0. ile bambaşka bir boyuta ulaşan internet, sonsuz enformasyon kaynağı olması, hızı, ulaşılabilirliği ve kullanım kolaylığı sayesinde yetişkinler için olduğu kadar çocuklar için de en önemli iletişim ve bilgi kaynağı haline gelmiştir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı ve farklı gelişmeler, pek çok yeni kavramı da hayatımıza sokmaktadır. Sosyal medya, yeni medya, sosyal ağlar gibi kavramlar bu yeni kavramlara örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu yeni alanlar yetişkinlerin olduğu kadar çocukların da yeni davranış şekilleri geliştirmelerine, yaşadıkları dünyayı farklı şekilde anlamlandırmalarına sebep olmaktadır.

Birey için doğumdan itibaren, önce aile sonra da okul ve toplumsal çevre ile şekillenen sosyalleşme olgusu da; günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin etkisi altındadır. Çocuklar da artık gerçek ortamdaki ilişkilerini dijital alanlara taşımakta, dijital bir sosyalleşme yaşamaktadırlar. Tanıdıkları ya da tanımadıkları insanlarla kurdukları iletişimi sosyalleşme sayan çocuklar, sosyal paylaşım ağlarının yarattığı

popüler olma ihtiyacı, daha çok görülme, daha çok beğeni alma isteği gibi olgulardan, çok erken yaşlarda etkilenmeye başlamaktadırlar. Bu durum gelişme çağında her türlü etkiye daha çok açık olan çocukların, dünyayı bu sanal pencereden öğrenmelerine ve farklı davranış kalıpları geliştirmelerine sebep olmaktadır.

Bu çalışma ile çocukların sosyalleşme süreçlerinde yeni iletişim teknolojilerinin etkisi üzerinde durulmaktadır. Çalışmanın birinci bölümü olan “Sosyalleşme Sürecine Genel Bir Bakış” ile sosyalleşme; çocuğun sosyalleşmesi ve sosyalleşme kuramları genel olarak kavramsal bağlamda açıklanmaktadır. Piaget ve Kohlberg’in gelişim kuramlarının yanı sıra Bandura’nın Sosyal Öğrenme Kuramı’da sosyalleşme açısından açıklanmaktadır. Ayrıca sosyalleşme ve kültür arasındaki ilişki de bu bölümde açıklanmaktadır.

“Sosyalleşme Sürecinde Yeni İletişim Teknolojileri” isimli ikinci bölümde, yeni teknolojilerin ve bu kapsamda sosyal ağların tarihsel olarak gelişimi üzerinde durulmaktadır. Sanayi Toplumu ve Bilgi Toplumu kavramları genel hatlarıyla ele alınmakta, bu tanımlamalardan sonra ise “Yeni Medya” kavramı ve ortaya çıkışı açıklanmaktadır. Bu kavram çerçevesinde dijital iletişim teknolojilerinin kullanım alanları ve özellikleri üzerinde durulmaktadır. Ayrıca çocukların bu ağları kullanımları, yeni medya okuryazarlığı, bu alanda ulusal ve uluslararası düzeyde artan çalışmaların bazılarını bu bölümde yer verilmektedir. Bu teknolojilerin sosyalleşme sürecine etkileri bu bölümün genel hatlarını oluşturmaktadır.

Üçüncü bölümde ise ilkökul çağı çocuklarının sosyal ağları kullanımları ve sosyalleşme süreçleri üzerine bir araştırma ortaya konmaktadır. Bu araştırmanın bulguları ve bu bulguların değerlendirmesi ile ilkökul çağı çocuklarının sosyalleşmelerinde bu teknolojilerin ne kadar etkili olduğu ortaya konmaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SOSYALLEŞME SÜRECİNE GENEL BİR BAKIŞ

İnsan hayatında önemli bir yer tutan sosyalleşme olgusu iletişim teknolojilerinin gelişmesi, bu teknolojilere ulaşımın giderek kolaylaşması gibi etkenler sebebiyle biçim değiştirmeye başlamaktadır.

Dijitalleşen iletişim teknolojileri ve bunların unsuru olan sosyal ağlar aracılığıyla iletişim kurmaya başlayan insanlar için artık diğer insanlarla bir şeyler paylaşmak ve tabii sosyalleşmek için aynı mekanda, aynı zamanda bulunma gerekliliği yani doğrudan yüz yüze olma durumuna da gerek kalmamış, insanlar mekansız ve zamansız olarak istedikleri anda iletişim kurabilir hale gelmişlerdir. Bu bakımdan dijital iletişim teknolojilerinin sosyalleşme sürecini etkilediği söylenebilmektedir.

#### 1.1.Sosyalleşme Kavramı

İnsan hayatında önemli bir yere sahip olan sosyalleşme kavramı, bir öğrenme süreci olarak tanımlanabilmektedir. Bu öğrenme süreci ile kişi, içinde yaşadığı toplumun kültürünü, normlarını hayatının bir parçası haline getirmektedir.

TDK, sosyalleşmeyi kısaca “toplumsallaşma” olarak tanımlamaktadır. Toplumsallaşmayı ise “Bireyin kişilik kazanarak belli bir toplumsal çevreye hazırlanması, toplumla bütünleşmesi süreci, sosyalleşme” şeklinde tanımlanmaktadır (<http://tdk.gov.tr/> , Erişim tarihi: 29.12.2018).

Toplumsallaşma (socialization), bir bireyin toplumun kurallarını ve normlarını edinme sürecidir ve toplumsallaşmanın asal etkenlerinden biri iletişimdir. Toplumun kültür mirasının kuşaktan kuşağa aktarımının sağlanması; yapısalcı-işlevselci yaklaşıma göre iletişimin işlevlerinden biridir (Mutlu, 2012:304).

İnsan yavrusunun toplumun bir üyesi haline gelmesi yani ailesi, akraba, komşu çevresinin, kent ve köyünün ve ulusunun bir parçası olduğunu öğrenmesi sosyalleşme olarak tanımlanabilmektedir. Etrafındakilerle etkileşimi sonucu,

büyümekte olan çocuk onlarınkine benzer davranışlar geliştirmektedir. Böylelikle tek tek kişiler yerine içinde yaşadığı toplumun üyeleri olan, birbirlerinden farklılıklar ve benzerlikler gösteren toplumsal bireyler haline gelmektedirler. Kavram olarak sosyalleşme daha çok sosyolojide kullanılmaktadır. Çevrenin çocuk üzerindeki etkileri ön plana çıkmaktadır. Ancak sosyal psikologların bir kısmı, bu kavramın çocuğu bir anlamda pasif olarak görmesi ve çocuğun da kendine has özellikleriyle çevresini şekillendirdiğini düşündükleri için bu terimi reddetmektedirler. Bu nedenle sosyal psikologlar, sosyalleşme kavramı yerine “sosyal gelişim” kavramını tercih etmektedirler (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016:219).

İnsanın, sosyal sistemin üyesi haline gelmesini sağlayan sosyalleşme sürecidir (Gündoğdu, 2013, <https://www.researchgate.net/>). Sosyalleşme pek çok karmaşık faktörün etkilediği bir oluşumdur ve bir anlamda bireyin yaşadığı kültürü ve bu kültürle bağlantılı diğer kültürleri öğrenmesi anlamına gelmektedir. Kişinin içinde bulunduğu grubun kural ve değerlerine uymayı öğrenmesi ve bunları benimsemesi süreci de bir diğer sosyalleşme tanımıdır. Doğumdan ölüme kadar tüm hayat boyunca devam etmekte olan bu öğrenme, bireyin çevredeki insanlarla ilişkileri ve diğer çevre faktörleri ile sosyal uyumda önemli rol oynamaktadır (Yavuzer, 2015:43-1).

İnsanın sosyalleşme süreci karmaşık bir yapıdadır. İnsan, etrafında bulunanların, her gün karşılaştığı pek çok olayın, kişilerin, gelenek ve yasaların, fiziksel çevrenin, sosyoekonomik ve sosyokültürel koşulların ve daha pek çok etkenin etkisinde kalmaktadır ve bu etkenlerin karmaşık etkileşimi sonucunda insan “kişi” olarak belirmektedir. Hiç kimse bir diğerinin tıpatıp aynısı değildir çünkü bu etkenlerin oluşturduğu karmaşık yapı hiçbir zaman iki insan için tamamen aynı olmamaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016:220).

Ertürk’e göre (2014:63), kişilik gelişiminde toplumsallaşma önemli bir yere sahiptir. Çünkü toplumu oluşturan bireylerden, toplumun yapısına uymaları, o yapıyı sürdürmelerini, yargıları korumayı, toplumun kuralları ve yasalarına uygun hareket etmeleri beklenmektedir. Bu da toplumsallaşmaya mümkün olmaktadır. Bu süreç

insanları, o toplumun değer yargılarını, rol ve sorumluluklarını, davranış kalıplarını, başka insanlarla ilişki kurmaya, geleceğe dair planlar yapmaya yönelmektedir.

Sosyalleşme, insanın toplumda kendi yerini belirgin hale getirme ihtiyacının sonucu biçimlenen bir süreçtir. Hem kendini toplumda kabul ettirme; saygı, sevgi ilgi görme hem de yerini belirleme ihtiyacı, sosyalleşme süreciyle karşılanmaktadır. Bu sebeple de bu süreç çocukluktan itibaren insan yaşamını etkilemektedir.

Çocuk; aile, okul, akranları ve iletişim araçları sayesinde sosyalleşme sürecine dahil olmaktadır. Çocuk için sosyalleşme aslında bir öğrenme sürecidir. Sosyologlar iki genel aşamada sosyalleşmenin gerçekleştiğini belirtmektedirler. İlk aşama; bebeklik ve çocukluğun ilk dönemini kapsamaktadır ve en yoğun kültürel öğrenmenin yaşandığı dönemdir. Bu aşamada aile temel etkileyici konumundadır. Çocuğun sonraki dönemi ile olgunluk dönemi ise ikincil dönemi kapsamaktadır. Bu aşamada okullar, akranlar, medya, zamanla işyeri gibi sosyalleşmeye katkı sağlayan bileşenler sorumluluğun bir bölümünü aileden devralmaktadır (Giddens, 2013:205).

Sosyal davranış biçimi insanoğluna özgü bir davranış biçimidir. Bebeğin insanlarla eşyaları birbirinden ayırmaya başlamasıyla ilk sosyal davranışı görülmektedir. Çocuğun topluma, sosyal yaşantılara karşı nasıl tavırlar sergilediği, başka insanlarla nasıl geçineceği gibi olgular, büyük ölçüde yaşamının ilk yıllarındaki öğrenme tecrübelerine dayanmaktadır. Çocuğa verilen fırsatlar, bu fırsatları nasıl ve hangi motivasyonlarla değerlendirdiği gibi deneyimler çevresindeki yetişkinlerin rehberliğine bağlıdır. Bütün bunlar çocuğun sosyalleşmeyi öğrenmesini, grup içinde sahip olacağı yeri, sosyal gelişimini etkilemektedir (Yavuzer, 2015:46).

Modern toplumlara bakıldığında, en erken sosyalleşme küçük ölçekli ailelerde gerçekleşmektedir. Bir toplumun genel kurumları içerisinde aileler değişen yerlere sahiptirler. Geleneksel toplumlarda bireyin içine doğduğu aile, bireyin toplumsal konumunu belirlemektedir. Oysa modern toplumlarda, toplumsal konum doğum ile devralınmaz. Ancak yine de bireyin ailesi, doğduğu bölge gibi faktörler, bireyin toplumsallaşma biçimlerini etkilemektedir. Bir başka toplumsallaşma – sosyalleşme -bileşeni okullardır. Biçimsel bir süreç olan okula gitme eylemi ile

bireyler akran grupları ile çoğunlukla okullarda buluşmaktadırlar. Bir diğer toplumsallaşma bileşeni olan medya ise, bireyin dünyaya ilişkin anlayışını biçimlendirmede önemli bir yer sahiptir (Giddens, 2013:205 – 208).

Araştırmacılar sosyalleşme olgusunu, bağımlılık, bağımsızlık, saldırganlık, taklitte öğrenme, cinsiyetle ilgili rollerin öğrenilmesi, başarı güdüsü, ahlak gelişimi gibi konular üzerinden ele alınmaktadır. İki grup olarak çeşitli sosyalleşme konuları toplanabilmektedir. Kişilik ve benlik gelişimi ilk grubu oluştururken, bilişsel gelişim ikinci grubu oluşturmaktadır. Rollerin öğrenilmesi, bağımlılık, bağımsızlık, başarı güdüsü, saldırganlık konuları birinci grubu kapsarken; öğrenme, zeka gelişimi, düşünme, algı gibi konular ikinci grubu kapsamaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016:220).

Hollingshead'a göre (Yavuzer, 2015:46), bireyin sosyalleşmesi üç sosyolojik ilkeye dayanmaktadır:

- Birey, etkileşim halinde olarak sosyal davranışı toplumdaki diğer bireylerden öğrenir
- İçinde yaşadığı toplumun kültürü bireyin ne öğreneceğini belirlemektedir.
- Bir sosyal organizasyona etkin bir şekilde katılımıyla birlikte bireyin öğrenimi tamamlanmaktadır.

İnsanın doğumu ile başlayan sosyalleşme süreci, hayat boyu devam etmektedir. Bununla birlikte ilk ve uzun süreli olan sosyalleşme çocukluk ve ergenlik dönemlerine denk gelmektedir. Bir bireyin toplumdaki rolü, benimseyeceği değerleri, tutumları, davranış kalıplarını ve bilgiyi sosyalleşme süreciyle kazanacağı düşünülmektedir (Grrendorfer, 2002:378-379, Aktaran: Gündoğdu, 2013).

Sosyalleşme üzerine pek çok farklı tanımlama ve çalışma olmasına rağmen bunların ortak özelliği; bu kavramın bir süreci temsil ettiği ve hayat boyu devam ettiği yönündedir. Bu bakımdan sosyalleşme ve kültür, ahlak gelişimi ve bilişsel gelişim üzerinde de durulmaktadır.



## **1.2.Bilişsel Gelişim, Ahlaki Gelişim ve Sosyalleşme Süreci**

Sosyalleşme kavramı pek çok farklı tanımla açıklanmaya çalışılmasıyla birlikte karmaşık bir yapısının olduğu konuyla ilgilenen araştırmacılar tarafından da pek çok kez dile getirilmiştir. Bu karmaşık yapı ve sosyalleşme sürecinin pek çok unsurdan etkileniyor olması; farklı kuramcılar ve çalışmalar tarafından kendilerine özgü şekillerde açıklanmaktadır.

Bir bütün gibi algılanmasına rağmen çocukluk dönemi kendi içinde, iç içe geçmiş pek çok yeti ve kazanımın gözlemlendiği ve küçük aralıklar sahip dönemlerden oluşmaktadır. İnsanın gelişimi hayat boyu sürdüğü için, bu ayrı ayrı dönemler fark edilmemektedir. Gelişim dönemleri yapay bir ayırmadır ve çocukluk, olgunluk, gelişme kavramlarına genel bir içerik oluşturmaktadır. Gelişim kavramı insanlardaki ilerlemeyi ve bu kapsamdaki değişiklikleri açıklayan bir kavramdır (Ertürk, 2011:51).

Bu kapsamda sosyalleşme süreci açıklanırken, bilişsel gelişim, kültür, ahlak gelişimi, sosyal öğrenme gibi kavram ve kuramların da üzerinde durulmalıdır.

### **1.2.1.Piaget ve Bilişsel Gelişim**

Sosyalleşmenin önemli bir etmeni olan gelişim kavramı pek çok araştırmacı tarafından incelenmiş ve insan gelişiminin nasıl gerçekleştiği ve nelerin bu süreci etkilediği önemli bir konu haline gelmektedir. Bilişsel Gelişim Kuramı da bu alanda üzerinde durulan önemli çalışmalardandır. Bu alanda özellikle İsviçreli psikolog ve filozof Jean Piaget'in kuramı önemli bir yer tutmaktadır.

Çocuğun doğumdan ergenliğe kadar olan bilişsel gelişmesini incelemiş olan Piaget ve arkadaşları, bazı kavramlarla algıların doğuştan kazanılmış olabileceğini ortaya koymuşlardır. Piaget, bebeklerin; objelerin devamlı olduklarını ve değişmezliklerini bile düşünemezken, zamanla biçim ve büyüklük kavramlarını tanıyabildiklerini belirlemiştir. Doğumdan itibaren insan bilişinin yani bireyin dünyayı anladığı ve öğrendiği düşünce süreçlerinin gelişimi, Piaget'in temel ilgisi olmuştur (Yavuzer, 2015:36).

Çocukta düşünce ve dil gelişiminin bir süreklilik içinde değil de evrelerden geçerek oluştuğunu belirten Piaget, birey çevre ilişkilerinde etkin bir şekilde yapılandığını ortaya koymaktadır. Öğrenme kavramı, Piaget'in zeka gelişimi kuramında hakim olan temadır. Piaget'in çalışmaları çocuk gelişimi ve insanın bilişsel gelişimi ile ilgili yeni araştırma alanlarına yol açmakla birlikte, Batı dünyasındaki eğitim sisteminde ve televizyon yayıncılığında önemli gelişmelerin öncüsü olmuştur (Ertürk, 2017:320).

Dünyamızı öğrenmeye ve anlamayı içeren zihinsel faaliyetler anlamına gelen biliş (cognition) sözcüğü; algılama, bellek, muhakeme, düşünme ve kavrama süreçlerini kapsamaktadır (Yavuzer, 2015:36).

Piaget, çalışmasında gelişim düzeyi ve şema kavramını ortaya koymuştur. Herkesin değişmez bazı düzeylerden geçtiğini ve bunların birbirinden ölçülebilir olarak ayrıldığını belirten teorisi; Piaget Teorisi olarak bilinmektedir. Piaget göre, insanlar çok basit şemalarla dünyaya gelmekte ve deneyimleriyle beraber şemaları geliştirmekte ve yeni şemalar oluşmaktadır. Öğrenmenin bebeklikten başlayarak, duyumsama, keşfetme, harekete geçme, ustalaşmaya olan doğal arzudan kaynaklandığını belirtmektedir. Zekanın oluşumunu ve evrimini anlamının çocukluk boyunca devam eden sürecini anlamının, insan kavrayışını anlamının tek yolu olduğunu ileri sürmesi sebebiyle çok önemli bulmaktadır (Ertürk, 2017:320).

Çocuk, gelişim evreleri süresince farklı işlemler kazanarak, en olgun dönem olan ergenliğe ulaşmaktadır. Bir gelişim evresinden diğerine geçmesini sağlayan mekanizmaları Piaget; özümleme ve uyum olarak adlandırmaktadır. Yeni bir kavram veya objenin çocuğun daha önceden var olan şemalarıyla birleştirilmesi; özümleme olarak tanımlanmaktadır. Kısaca belirtmek gerekirse özümleme; eski bir bilgi veya alışkanlığın, yeni objelere uygulaması ve var olan şemanın bir parçası haline gelerek yeni deneyimlerin kazanılmasıdır. Uyum ise; çevredeki yeni deneyimlerden faydalanarak şemaları değiştirmek yoluyla problem çözme olayı olarak tanımlanmaktadır. Yani organizmanın yapısında yeni durumları karşılaması için gerçekleşen değişme sürecidir. Keşfetme, deneme yanılma, soru sorma,

deneyimlerde bulunma gibi etkin olaylar; bebeklikten itibaren çocuğun yaşamında uyum süreci olarak görülmektedir (Yavuzer, 2015:38).

Bilişsel gelişim süreci Piaget'e göre, kalıtımla gelen özelliklerin zamanla olgunlaşma yoluyla ortaya çıkarak gerçekleşen bir süreçtir. Bilişsel gelişimin dönemlendirilmesi konusunda getirdiği açıklama biçiminde de bu durumu görmek mümkündür. İnsanın doğumdan yetişkinliğe kadar olan sürede birbirinden farklı ancak bir ilişki de taşıyan dört farklı dönemden geçtiğini belirten Piaget'in çalışmasında, bu dönemler arasında belli bir hiyerarşik yapı bulunmaktadır. Bir dönem kendisinden sonra gelen dönemin hazırlayıcısı olmakla birlikte, sonra gelen dönem de bir öncekinin üzerine inşa edilmektedir (Yıldırım, 2016:620).

Piaget'in bilişsel gelişim evreleri (Morgan, 1981, Aktaran: Ertürk, 2017:321);

- “Duygusal Hareket Dönemi (0-2 yaş): Çocukların taklit, bellek ve düşünmeden yararlanmaya başladığı, nesnelere saklandıklarında yok olmadıklarını anlamaya başladığı, tepkisel davranışlardan amaçlı davranışlara geçebildiği ve dairesel hareketlerde bulunmayı yapabildikleri dönemdir.
- İşlem Öncesi Dönem (2-7 yaş): Çocuğun derece derece dil gelişimi ve sembolik düşünme yeteneği kazandığı, işlemleri tek bir yönde mantıklı olarak düşünebildiği, bir başkasının görüş açısından bakabilmede güçlük çektiği, birlikte monologlar ve paralel oyunlar oynamayı başarabildiği dönemdir.
- Somut İşlemler Dönemi (7-11 yaş): Çocuğun somut problemleri mantıklı bir biçimde çözebildiği, koruma yasalarını anladığı, sınıflama ve diziler oluşturabildiği, tersine dönüşebilirliği (korunum ilkesi) anladığı ve kuralları izleyebildiği dönemdir.
- Soyut İşlemler Dönemi (11-15 yaş): Çocuğun soyut problemleri mantıklı bir biçimde çözebildiği, düşünmenin daha bilimsel bir düzeye ulaştığı, sosyal konular ve kimliğe ilişkin ilgiler geliştirebildiği dönemdir”.

Tüm bu açıklamalara bakıldığında Piaget için kalıtımın ve bireyin kendi başınlığı önemli olgular oldukları söylenebilir. Birey çevresiyle etkileşime geçtiğinde bunu anlamlandırma çabasında tek başınadır. Bu bakımdan sosyalleşmeye Piaget'in bilişsel gelişim çalışmaları açısından baktığımızda doğuştan gelen özelliklerin ve bireyseliğin önemli olduğunu görmekteyiz.

Piaget'in ortaya koyduğu gelişim evreleri, özellikle eğitim bilimleri alanında, yaş grubuna özel içerik hazırlamak için temel alınan koşullardan biri olarak değerlendirilebilmektedir. Aynı durum iletişim bilimleri özellikle de sosyal ağ kullanımı için söz konusu olabilmektedir. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki çocuk, özellikle sosyal ağlarda gelişim düzeyine uygun içerik ile karşılaşmadığı durumlarda; karşılaştıklarını anlamlandıramamaktadır. Bu sebeple de bu tür mecralarda çocuğun kendi gelişim düzeyine uygun içeriğe ulaşması oldukça önemlidir.

Piaget ile birlikte sosyalleşme ve gelişim açısından değerlendirilmesi gereken bir diğer unsur da ahlak gelişimi çalışmalarıdır.

### **1.2.2.Kohlberg ve Ahlak Gelişimi**

Ahlak kavramı, pek çok disiplinden farklı çalışmaların bulunduğu bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak özellikle Lawrence Kohlberg tarafından yapılan çalışmalar önemli bir yer tutmaktadır.

İçinde yaşanılan topluma karşı ortaya çıkan yükümlülük genellikle ahlak olarak görülmektedir. Sosyal bir varlık olan birey; sevmek, sevilmek, bir gruba ait olmak, grup içinde başarılı olmak vb. ihtiyaçlara sahiptir. Bireyin başkalarıyla yaşama zorunluluğu bu ihtiyaçlardan kaynaklanmaktadır. Diğer yandan da birey özgür olmak, kendini geliştirmek gibi ihtiyaçlara da sahiptir. Bu iki farklı tür ihtiyaç birbiriyle çatışabilir ve kurallar bu çatışmanın en aza indirgenmesini sağlamaktadır. Yani bireyin kendi özgürlüğünü yaşarken, başkalarının özgürlüğüne zarar vermemesini kurallar sağlamaktadır. Bu anlamda bireysel ahlak bireyin bu türden kurallara özgür irade ve bilinciyle uyması ve bu bilincin gelişmesi süreci olarak tanımlanabilir (Çiftçi, 2003:45-46).

Çocukta ahlak gelişimine baktığımızda ise ilk akla gelen toplumsal kurallar ve çocuğun toplumla uyum içerisinde yaşamasında doğru ve yanlış kavramlarını kazanabilmesi, kanun ve kurallara uygun yaşam biçimi ve değerler benimsemesi, adalet duygusunun yerleşebilmesi olarak açıklanabilmektedir (Yavuzer, 2015:116).

Ahlak gelişimi konusunda birbirinden farklı bazı görüşler aşağıda belirtildiği gibidir (Selçuk, 2010:115):

- Psikanalitik yaklaşım çerçevesinde Freud, ahlaki yargı ve standartların fallik dönemin sonunda ve babayla özdeşleme ile gerçekleştiğini belirtmektedir. Süper ego aracılığıyla çocuk, öğrendiği standartlara göre davranışlarını yönlendirmekte aynı zamanda toplumsal rolleri benimsemektedir.
- Bireyin ahlaki yargılarının şartlanma yoluyla kazanıldığı düşüncesi davranışçı yaklaşımın parçasıdır. Bir çocuğun resim yaptığında ödüllendirilmesi bu davranışı doğru olarak görmesine ve yapmaya devam etmesi bununla birlikte hoş görülmeyen davranışın yanlış kabul edilmesi davranışçı yaklaşıma örnek olarak gösterilebilmektedir.
- Ahlaki ilkelerin model alma yoluyla kazanılması sosyal öğrenme yaklaşımına aittir.
- Piaget ise ahlak gelişimi konusunda kapsamlı araştırmalar yapmıştır. Piaget'e göre ahlak gelişimi, bilişsel gelişime paralellik göstermekte ve hiyerarşik bir düzende dönemler içinde ortaya çıkmaktadır. Bilişsel gelişim için söz konusu olan ilkeler, ahlaki gelişim için de geçerli olmaktadır.

Lawrence Kohlberg, çocukların varsayımsal olan ahlaki ikilemlere verdikleri cevapların altında yatan akıl yürütmelere dayalı altı evreli bir kuram önermiş ve böylece Piaget'in çalışmasını geliştirmiştir (Gander ve Gardiner, 2010:359).

Kohlberg, Piaget'in zihin ve ahlak gelişimi alanında ortaya koyduğu dönemler üzerinden ahlaki gelişimi incelemiştir. Kohlberg, ahlaki gelişimi evrensel ahlaki ilkelerin keşif süreci olarak görmektedir. Bununla birlikte Piaget'in yaptığı çalışmalarda anlattığı hikâyelerde eylem ve düşünce arasında bir ayrım gözetilmezken, Kohlberg hipotetik hikâyeler anlatarak; deneğin zihnindeki çatışmaları anlamaya çalışmıştır. Bu sebeple çalışmalarında ahlaki ikilemlerden yararlanarak, çocukların ve yetişkinlerin ahlaki yapılarını ortaya koymaya çalışmıştır (Selçuk, 2010:117).

Kohlberg’de Piaget gibi ahlaki gelişim sürecinin evrenselliğinden ve değişmezliğinden bahsetmiş, çocukluk ve ergenlik döneminde aşama aşama olduğuna inanmıştır. 1. ve 2. devre olan Geleneksellik Öncesi iki aşamadır ve ahlaki davranışın tamamen karşılıklı ödül tarafından belirlendiğini öne sürmektedir. 3. ve 4. devre olan Geleneksel iki aşama, ahlaki davranışın diğer insanların doğru anlayışına uygun bir biçimde, yasalara saygı gösterme, yasalara uyma, toplumsal düzeni muhafaza etme üzerine kurgulanmıştır. 5. ve 6. devre Özerk iki aşamadır ve ahlaki davranışa karar veren kişi bireyin kendisidir. Kohlberg’e göre ahlaki davranışı bu aşamada sosyal normlar değil, evrensel ahlak ilkeleri ve vicdan belirlemektedir (Ertürk, 2017:334).

Tablo 1.Kohlberg’in Ahlak Gelişimi Evrelerinin Tanımlanması

<b>I. Gelenek Öncesi Düzey</b>	
<b><u>1. Evre: İtaat ve Ceza Yönelimi</u></b>	<b><u>2. Evre: Saf Cıkarıcı Yönelim</u></b>
Bu evrede bir davranış cezalandırılıyorsa kötü, cezalandırılmıyorsa iyidir. Cezadan kurtulmak ve yetkiye karşı tam riayet değerlidir.	Pragmatik alış veriş kavramı (Sen bana yardım et, ben de sana ederim), sevgi, bağlılık ve adalet kavramı terine geçerlidir. Çocuk ödüllendirilen davranışları yapar, cezalandırılanlardan çekinir.
<b>II. Geleneksel Düzey</b>	
<b><u>3. Evre: İyi Çocuk Eğitimi</u></b>	<b><u>4.Evre: Kanun ve Düzen Eğilimi</u></b>
İyi davranış, başkalarını memnun eden, onlara yardımcı olan ya da onlar tarafından takdir edilen davranıştır.	Doğru davranış, otoriteye saygı göstermek, kural ve yasalara uymaktır.
<b>III. Geleneksel Üstü Düzey</b>	
<b><u>5. Evre: Kontrat ve Yasaya Uygunluk Yönelimi</u></b>	<b><u>6. Evre: Evrensel Ahlak İlkeleri Eğilimi</u></b>
Doğru davranış, insan hakları ve toplum yararı gözetilerek, toplum tarafından kabul edilmiş ilkelere uygun davranıştır.	Doğru ve yanlış, sosyal düzenin yasa ve kurallarıyla değil, kişinin kendi vicdanıyla ve kendi geliştirdiği ahlak ilkeleriyle tanımlanır.

(Kaynak: Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016:222)

Kohlberg'e göre, ahlak gelişimi belirttiği evrelerin sırasıyla gerçekleşmektedir ve bu sıralama değişmemektedir. Her evrede kendinden önceki evrede erişilen ahlak gelişimin bir sentezi yapılmakta ve onun ilerisine erişilmektedir. Ancak Kohlberg'e göre her birey 6. Evreye ulaşamayabilirler, hatta kendi araştırmalarına göre yetişkin bireyler genellikle 4. evrede kalmaktadırlar (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016:222).

Piaget'in çalışmalarını geliştirerek ilerlemiş olmasına rağmen Kohlberg'in ahlak gelişimini evrensel olarak nitelendirmesi ve kültür faktörünü göz ardı etmiştir. Bununla birlikte ahlak gelişimini davranıştan ziyade düşünce üzerinden açıklamaya çalışması da eleştirilmektedir. Sosyalleşme olgusu için önemli bir faktör olan kültür, bu olgu içerisinde incelenmesi gereken bir kavramdır.

### **1.2.3. Bandura ve Sosyal Öğrenme Kuramı**

Öğrenme belli süreçleri kapsayan ve bunun sonucunda davranış değişikliği olarak tanımlanabilecek bir kavramdır. Sosyal öğrenme ise bu öğrenmenin özellikle bireyin maruz kaldığı ortam aracılığıyla gerçekleşmesi olarak tanımlanabilmektedir.

Albert Bandura'nın da içinde bulunduğu bazı bilim adamları; davranışçı kuramlar sonrası yeni davranışçılığı başlatarak; gözlemlenebilir davranışlar gibi içsel olaylar kapsamına giren düşünce ve tutumların da koşullanabileceğini öne sürmüşlerdir. Bu düşünce çerçevesinde yapılan çalışmalar doğrultusunda sosyal öğrenme teorisinin; geleneksel davranışçılığın yerini aldığı söylenebilmektedir (Ertürk, 2017:247).

Bandura, bireylerin nasıl öğrendiklerini açıklamak üzere Sosyal Öğrenme Kuramı'nı ortaya atmıştır. Çalışmalarından sonra sadece taklit ve gözlemin insan öğrenmesini açıklamada yetersiz kaldığını fark etmiş ve kurama düşünme, dil, hafıza, davranışların sonucunu tahmin etme, değerlendirme gibi bilişsel süreçleri de ekleyerek geliştirmiştir. Bireylerin kendi gelişimlerini sağlamada aktif katılımcılar oldukları kuramın ana temasını oluşturmaktadır (Bayrakçı, 2007:200).

Kurama göre, insanlar ne içgüdüleri ile ne de çevresel uyarıcılar ile yönlendirilmektedir. Kişisel ve çevresel belirleyicilerin sürekli bir etkileşimi

sonucunda kişinin psikolojik alanında değişimler olmaktadır. İnsanlar sürekli kendi kendisini pekiştirerek değil ayrıca başka insanların davranışlarını ve bu davranışların sonuçlarını gözlemleyerek dolaylı pekiştirmeler ile de öğrenebilmektedir. Sosyal ortama ve gözlemlemeye önem veren Bandura, insan algılamasını yani bilişsel süreçleri ön plana çıkarmaktadır (Ertürk, 2017:247).

Kuram öğrenme sürecinin, çevreyi gözlem yoluyla gerçekleştiği üzerinde durmaktadır. Bireyler çevrelerindeki insanları gözlemlemekte, davranışlarını tahmin etmeye ve anlamlandırmaya çalışmaktadırlar. Sosyal Öğrenme Kuramı'na göre bu gözlem bireyin yeni davranışları öğrenmesini sağlamaktadır.

Bandura, bireyi çevreden gelen her türlü uyarıcıyı pasif olarak alan bir varlık olarak ele almamakta, bireylerin çevresel uyarıcılara ya da olaylara yanıt verdiğini, ödül ve cezanın sonucunda bazı davranışları öğrenmesinin doğal olduğunu belirtmektedir. Kuram düşünmeyi ve bilginin simgesel işleyişini içermesi sebebiyle sosyal-bilişsel kuram adıyla da tanımlanmaktadır (Ertürk, 2017:250).

Sosyal öğrenme kuramına göre öğrenme; tepki sonuçları yoluyla ve model alma yoluyla gerçekleşmektedir. Model alma ile öğrenme; model alma, gözlemleyerek öğrenme, özdeşleşme, taklit, içselleştirme gibi terimlerle açıklanabilmektedir (Bandura, 1971; Aktaran: Demirbaş ve Yağbasan, 2005:367).

Model alma yolu ile öğrenme, bilgi aktarma işlevi yoluyla gerçekleşmektedir. Buna göre gözlemci kişi yapacağı gözlem esnasında, uygun davranışlara yol gösterici olan, yani model aldığı davranışların sembolik temsillerini kazanmaktadır. Bu kapsamda model almaya dayalı öğrenme; 1) Dikkat süreci, 2) Hatırda tutma süreci, 3) Uygulama veya davranışı meydana getirme süreci, 4) GÜdülenme süreci olarak adlandırılan birbirine bağlı dört aşamalı bir sürece dayanmaktadır. Model alan kişideki bilişsel, duyuşsal, davranışsal özelliklerdeki değişimler, modelin gözlemlenmesinden sonra gerçekleşmektedir. Yaşayan bir kimse, televizyon programındaki bir kişi, bir kahraman, bir bilim adamı ve bunun gibi örnekler model olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bununla birlikte kişiler her gördükleri davranışı öğrenmemekte ve model almamaktadırlar. Gözlemleyen kişi ile model arasındaki



karakter benzerlikleri davranışın model alınma oranını arttırmaktadır (Demirbaş ve Yağbasan, 2005:368).

Bununla birlikte model almanın bazı değişik sonuçları olabileceği belirtilmektedir (Demirbaş ve Yağbasan, 2008:107):

- “Gözleme ile bir kimsenin çalışmaları izlenerek yeni bir davranış öğrenilebilmektedir. Model alınan kimsenin sergileyeceği yeni bir davranışta bu olay daha kolay görülebilmektedir.
- Model alacak kimsenin davranışlarının ödüllendirilmesi veya zayıflatılması, gözlemcinin göstereceği davranışın ortaya çıkmasını etkilemektedir.
- Modelin göstereceği davranış, gözlemcinin yapacağı davranışın hızlanmasına neden olabilmektedir.
- Modelleri izleme, gözlemleyen kişinin önceden sahip olduğu davranışları güçlendirmeye ve azaltmaya yönelik etkiler göstermektedir.
- Model alan kimse, çevredeki nesne veya araçların nasıl kullanılabilceğini öğrenebilmektedir.
- Gözlemleyen kişi, model alınan duyuşsal yönelimli bir davranışın benzer bir yapısını gösterebilmektedir.”

Bu kapsamda sosyal öğrenmenin sosyal ortamda gerçekleştirilen öğrenme olduğu söylenebilmektedir. Kuramda bahsedilen sosyal çevre ile genellikle aile, okul ve akranlar kastedilmektedir. Bu kurama göre, çocukların ve ebeveynlerin birbirlerine model oldukları bu öğrenme ortamında, sosyal etkileşimin kolay olduğu söylenebilmektedir (Ertürk ve Gül, 2006:26).

Özellikle sosyal öğrenme kuramı içerisinde bakıldığında günümüz iletişim teknolojileri önemli model alma unsurları olarak değerlendirilebilmektedir. İnternetin sağladığı ve özellikle çocuklar üzerinde çeşitli açılardan etkiler yaratan fırsatlar, çocuğun sadece ailesi ya da sosyal ortamında temas ettiği kişiler değil, bu iletişim araçlarında gördükleri de model almada çocuk için önemli bir unsur haline gelmektedir. Sosyal ağlar sayesinde belli bir tanınırlık sağlamış olan kişiler belki de çocukların gelişim süreçlerinde davranış gelişiminde önemli yer tutmaya başlamaktadır. Eğer sosyal ağlardaki tanınırlığın ve her “tık” ya da her bir abonenin/takipçinin model alınan kişiye daha da büyük tanınırlık ve kolay yoldan para kazanma gibi ödüller kazandırdığını çocuk benimserse, o da kolayca bu örneği

rol model alacaktır. Günümüzde belki de çocuklarla ilgili en çok tartışılan konulardan biri de bu olmaktadır.

#### **1.2.4.Sosyalleşme ve Kültür**

Sosyalleşme olgusu incelenirken değerlendirilmesi gereken bir diğer kavram da kültürdür. Kültür kavramı pek çok disiplinde farklı çalışmaların konusu olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Kültür, insan topluluklarına kimliklerini veren ve onları birbirlerinden ayırt eden toplumların toplamını açıklayan kavramdır. Kültür; bir toplumun, hal ve hareket kodlarını, giyim kuşamı, dili, törenleri, davranış normlarını, inanç sistemlerini içeren yaşam biçimini oluşturmaktadır (Mutlu, 2012:205).

Genel anlamda bakıldığında kültürün üç temel özelliği olduğundan bahsedilebilmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2014:235):

- Kültür öğrenilir: İnsanlar doğumla birlikte kültürün normlarını, değerlerini, geleneklerini, davranışlarını iletişim yoluyla öğrenmekte ve bu iletişim sayesinde oluşturulan semboller ile benimsemektedirler.
- Kültür birliktelik yaratır: Kültür sayesinde toplumdaki insanlar ortak değerleri ve normları paylaşmaktadırlar. Bu paylaşım birliktelik duygusu yaratmaktadır. Her toplumun üyeleri kendi iletişim tarzları, kültürel özellikleri ile kendilerini o topluma ait hissetmektedirler.
- Kültür çok boyutludur: Değerler, normlar, inançlar, dil vb. pek çok özellik kültürün içinde yer almaktadır. Kültür, kendi içinde çeşitli alt kültürlerle sahiptir ve bu alt kültürlerin barındırılması, o kültüre çeşitlilik katmaktadır.

Kültürsüz bir toplumdan bahsetmek mümkün değildir. Toplumsal yaşamın zorunlu bir sonucu olan kültür, öğrenmeyle kazanılmaktadır. Birey, yaşadığı toplumda kültürü hazır bulur ve başta ailesi olmak üzere içinde bulunduğu gruplardan kültürü öğrenir. Bu kapsamda insanların maddi anlamda yaptıkları her şey maddi kültürü, manevi alanda yaptıkları her şey ise manevi kültürü oluşturmaktadır. Maddi kültür, insanlığın geliştirdiği araç ve gereçler yani

teknolojidir. Manevi kültür ise insanların birbirleriyle ilişkilerinden doğmaktadır. Din, ahlak, gelenek, normlar ve değerler manevi kültürü oluşturan unsurlardandır (Ertürk, 2014: 281).

Kültür kavramının tanımına dair pek çok tartışma gerçekleşmektedir. Ancak genel olarak baktığımızda kültürün her şeyi içeren geniş yapısı kabul gören ortak noktadır. Kültür kavramı için yapılan tanımlamalara bakıldığında; “Geleneksel fikirler ve bunlara bağlı değerler”, “öğrenilmiş davranışın bir bütün olarak nesilden nesile aktarılması”, “paylaşılan sembol ve anlamlar”, “bir grubun davranışlarında önceden tahmin edilebilir ve belirli farklılıklara yol açan deneyimler” bu tanımlamalara örnek gösterilebilir (Kağıtçıbaşı, 2012:35).

Kültürü bir araya getiren öğeler, toplumun üyeleri tarafından paylaşılmakta ve aktarılmaktadır. Kültür toplumsal kalıtım olarak tanımlanabilmektedir ve kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. Kültürün işlevleri (Tezcan, 1991:68, Aktaran: Gündoğdu, 2013):

- “Kültür bir toplumu diğerinden ayırmaya yarayan bir işaret gibidir.
- Bir topluma özgü olan değerleri içerir ve onları yorumlar.
- Toplumsal dayanışmanın temellerinden birini oluşturur.
- Bir toplumsal yapının hem kalıbını hem de içeriğini dolduracak malzemeyi sağlar.
- Kültür toplumsal kişiliğin doğru gelişiminde egemen bir etmendir.”

Kültür kavramı, davranışı açıklayan önemli unsurlardan biridir. Bir toplumun davranışlarını anlamak aynı zamanda toplumun kültürünü de anlamaktır. Toplum yaşamı iletişimle ve iletişim de dil unsurları aracılığıyla var olmaktadır. Kültürel davranışları kendinden sonraki nesle öğrenme yoluyla aktarmak kültürlerin meydana gelmesinde en önemli faktörlerden biridir. Toplumlarda yaşayan insanlar tarafından kültür yaratılmakta, yaşatılmakta ve ortaklaşa paylaşılmaktadır. Kabul edilen ve paylaşılan tutum ve değerler o toplumun kültürüdür ve zamanla değişim göstermektedir. Bu değişimler toplu olarak belirginleşmekte ve insana, topluma ve onun oluşturduğu kültüre yansımaktadır (Ertürk, 2017:343).

Kültürün nesilden nesile geçmesinden ve bu şekilde devam etmesinde sosyalleşme önemli bir rol oynamaktadır. Çocuk yetiştirme yollarıyla bir toplum kültürünü yeni nesile öğretmektedir. Bu sebeple çocuk yetiştirme kültürünün önemli bir unsuru olarak ele alınabilmektedir. Bu bakımdan çocuk yetiştirme yollarını inceleyen antropolojik araştırmalar iki farklı yöntemsel yaklaşım kullanmaktadırlar. Birinci yaklaşım, antropolojinin de geleneksel yöntemi de denilebilecek, tek bir toplumun derinden incelenmesi üzerine gerçekleşen çalışmadır. Çocuğun sosyalleşmesini sağlayan çocuk yetiştirme yolları bu derinlemesine incelemede araştırılmaktadır. Sosyal ve kültürel çalışmaların büyük çoğunluğunda bu yaklaşım görülebilmektedir. Çeşitli toplumlardaki çocuk yetiştirme tarzlarını karşılaştırmak ise ikinci yöntemdir. Bu yaklaşımda bir kültürü derinlemesine incelemekten ziyade çok çeşitli kültürlerin belirli bir konuda karşılaştırılması üzerinde durulmaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016:228).

İnsanların maddi evrenle, birbiriyle ve hatta kendileriyle kurdukları ilişkilerde nasıl davranacaklarına ilişkin bir takım kuralların belirlenmesini; kültürün yarattığı değerler sağlamaktadır. Toplum içerisindeki grupların davranış örüntüleri de bu ilişkiler ve normlar çerçevesinde ortaya çıkmaktadır. Toplumlar dünyayı, benimsedikleri kültür unsurlarına göre algılar, yorumlar, kavram ve inançlarını buna göre belirlemektedirler. Kültürler kendilerine özgü bazı amaçların ortaya çıkmasını sağlar ve toplumdaki insanların çoğu tarafından bu amaçlar benimseniyorsa, toplumsal değerlerden söz edilebilmektedir. Bu değerlerle ilişkili olarak da bireylere aşılana alışkanlıklar, gelenekler, normaler ortaya çıkmaktadır. Toplumların uyulmasını istedikleri davranış örüntüleri norm olarak tanımlanabilmektedir. Toplum bu davranış örüntülerini benimseyen üyelerini kabul etmekte, benimsemeyenleri dışlamakta ve cezalandırmaktadır (Ertürk, 2017:347).

“...kültürün insanların birbirleriyle olan etkileşimlerinin bir ürünü olduğu ve bu etkileşimi belirlediği görüşü ortak paydayı oluşturmaktadır. ...kültürü, spesifik bir grubu tanımlayan ve onu diğer gruplardan ayıran biliş ve pratikler kümesi olarak görüyoruz” (Hogg ve Vaughan, 2014:614).

Çocukların ilgi, becerileri ve merakları onların çeşitli konulara yönelmesine sebep olsa da, tüm bunlar ailenin onlara sundukları ve çevresel faktörler ile sınırlıdır. Öncelikli olarak yetişkinlerin kendileri için ve sonra çocuklar için ürettikleri bir kullanım kültürü olan medya, hem çocukların hem de ailelerin sosyalleşme süreçlerini etkilemektedir. Bu kullanım kültürü olan medya içerikleri, çocuğun oyunlarında, tekerlemelerinde, yani kendisi için yarattığı bütün kültüre dönüşebilmektedir. Bu bağlamda dolaylı yoldan da olsa, gelişim sürecini, çocuğun oluşturduğu kültürün etkilediği söylenebilmektedir (Ferguson, 2006, Aktaran: Ertürk, 2011:65).

Kültürel biçimlerin yaratılmasında medya ürünleri katkı sağlayarak ve var olan kültürden de etkilenecek bir sosyalleşme aracına dönüşmektedirler. Medya sosyalleşme aracı olmasıyla birlikte çocuğun yaşamadığı deneyimleri de ona sunabilen ve bu deneyimleri kendinmiş gibi algılamasına da yol açan araçlardır. Bu bakımdan erken çocukluktan itibaren medya ile tanışma kültürel bir yayılmaya sebep olmaktadır (Ertürk, 2017: 344).

Bu kapsamda bakıldığında sosyalleşme sürecinde kültürün önemli bir yeri bulunmaktadır. Bireyin sosyal gelişimi sırasında toplum içerisinde nasıl yaşayacağı, başka insanlarla iletişimi, bir kişilik kazanarak davranışlarına yön vermesi gibi süreçler kültür sayesinde mümkün olmaktadır. Çocuğun toplumun bir parçası haline gelmesi ve sosyalleşme süreci; kültür olgusuyla birlikte anlam ifade etmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### SOSYALLEŞME SÜRECİNDE DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Çocukluktan itibaren başlayan sosyalleşme süreci ile insan yaşadığı topluma uyum sağlamaya çalışmaktadır. Aile, okul, arkadaşlar ve tabii ki günümüz koşullarında, iletişim teknolojileri bu sürece katkı sağlayan unsurlardır. Bu unsurlar olmadan sosyalleşmeden söz etmek pek mümkün görünmemektedir. İletişim teknolojilerinin dijitalleşmesiyle; kişilerarası iletişimi ve bunun yanında sosyalleşmeyi de etkilemiştir.

İletişim teknolojilerinin değişimi ve kişilerarası iletişim üzerindeki etkisini göz önünde bulundurmak değişen sosyalleşme sürecini açıklamada önemli bir unsurdur. Teknolojini hızlı değişimi pek çok sürece ve alana etki ettiği gibi iletişim alanında pek çok değişime sebep olmaktadır.

#### **2.1.Dijital İletişim Teknolojilerinin Gelişim Süreçleri**

Uygarlık tarihine bakıldığında her çağ; dönemin insanları kullandıkları araçlar, geliştirdikleri ve yaşanan çağın toplumsal hayatına yön veren teknolojiler ya da yaşanan gelişmeler ile adlandırılmakta; her alana ait çağa özgü özellikler bu gelişmeler, araçlar, teknolojiler vb. ışığında açıklanmaktadır.

Yaşadığımız çağ ise “enformasyon çağı”, “bilgi çağı” gibi pek çok farklı isme sahip olmakla birlikte; günümüzde yaşanan hızlı gelişmelerin temeli ise pek çok araştırmacı tarafından Sanayi Devrimi’ne ve bu devrim sayesinde geliştirilen teknolojilere dayandırılmaktadır. Bilgi Toplumu’nun gelişiminin Sanayi Devrimi’ne bağlanması sebebiyle de literatürde bu dönemler çoğunlukla birlikte ele alınmaktadır.

#### **2.1.1.Sanayi Toplumu’ndan Bilgi Toplumu’na Geçiş**

Sanayi toplumu ile ortaya çıkan makineleşme, nüfus artışı, köyden kente göç, çekirdek ailelerin artışı vb. olgular, ilerleyen süreçte pek çok gelişmenin yaşanmasına sebep olmuştur.

Yaşadığımız çağın “Bilgi Çağı”, “Enformasyon Çağı” gibi tanımlamalarla nitelendirilmesinde bu gelişmelerin yeri çok önemlidir. Özellikle teknolojinin hızlı gelişimi, siyaset, eğitim, sosyal yaşam, sağlık gibi pek çok alanda yeniliklerin yaşanmasını sağlamış ve yenilikler yeni yaşam biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

“Enformasyon Toplumu yaklaşımında, nasıl Sanayi Devrimi’yle Sanayi Toplumu’na geçiş sağlandıysa, enformasyon teknolojilerini merkez alan Teknoloji Devrimi’yle de Enformasyon Toplumu’na geçilmekte olduğuna işaret edilmektedir. Bu değişimin neticesinde toplumun, siyasal ve kültürel örgütlenmelerin, ekonominin değiştiği, bilgisayarların yaşama yoğun bir şekilde girdiği, iletişimin ve dolaşımda olan enformasyonun arttığı ve dünyanın her tarafından bilgi alma imkânının insanlara sağlandığı vurgulanmaktadır” (Aktaş, 2007: 182).

Dağılımının bu şekilde kolaylaşması ve yaygınlaşması, yaşadığımız çağda en önemli güç unsurunu “bilgi” haline getirmektedir. Bilgiyi elinde tutan, onu üreten, yayan her kimse, gücün sahibi olarak nitelendirilmektedir. Bu gücü elinde bulunduran ülkelerde günümüzün gelişmiş ülkeleri haline gelmektedirler.

Bilgisayar teknolojisinin gelişimi Enformasyon Toplumu’nun oluşumuna katkı sağlayan unsurdur. 1984 yılında kaleme aldığı eseri Megatrends’de bilgisayarın Enformasyon Toplumu için önemini vurgulayan John Naisbitt, “makineleşme Sanayi Devrimi için neyi ifade ediyorsa, bilgisayar teknolojisi de Enformasyon Çağı için onu ifade eder” demektedir (Aktaran: Aktaş: 2007:182).

### **2.1.1.1.Sanayi Toplumu**

Sanayi Devrimi, sosyal bilimlerle ilgilenen pek çok kişiye göre, Tarım Devrimi’nden sonra insanlık tarihi için ikinci büyük gelişmedir. Bu gelişme sonucunda ortaya çıkan yeni toplumsal yapı ise Sanayi Toplumu olarak adlandırılmaktadır.

İngilizlerin 19. yüzyılda buhar makinasını sanayiye sokmalarıyla birlikte ortaya çıkan Sanayi Devrimi ile birlikte kitlesel sanayi mamullerinin üretimi başlamıştır. Üretimin evden, fabrikalara kaymasıyla birlikte daha önce tarım işçiliği yapanlar, köydeki işsizlik sebebiyle sanayi işçisi olmaya başlamışlardır (Eğilmez ve Kumcu, 2011:25).

Üretimin tarımdan ve el emeğinden fabrikalara geçmesi, şehirlerin büyümesi ve değişmesi ve bununla birlikte nüfusun artışı sanayi toplumundaki en belirgin özelliklerdendir. Ayrıca büyük aileler artık yerlerini, şehirlerde yaşayan çekirdek ailelere bırakmışlardır. Tüm bunların sonucunda da toplumsal hayattaki normlar, davranış kalıpları da giderek değişmeye başlamaktaydı. Hızlı üretim, giderek tüketimi de beraberinde getirmekteydi.

Sanayi Devrimi'nin sonuçları ise pek çok açıda ortaya çıkmaktadır (Güran, 2003:124):

- İnsanların daha az hastalığa yakalanması, doğum oranlarının yükselmesi, insan ömrünün uzaması gibi nedenler sonucunda nüfus artışı yaşanmıştır.
- Ortalama düzeyde bir şehirlinin, lüks mallara sahip olabilmesi, Batı dünyasının geçmişte benzeri olmayan bir hayat düzeyine ulaştığını göstermektedir.
- İşgücünün mâmul malların üretimine kaymasıyla, sanayi ve hizmet sektörleri daha önemli hale geldi ve tarım; hakim ekonomik faaliyet olmaktan çıktı.
- Kırdan şehre yaşanan göç ile şehir toplumu ortaya çıkmış, nüfus fabrikalarda çalışan işgücünü meydana getirmiştir.
- Sürekli teknolojik gelişmenin bir kural haline gelmesiyle yeni ürünler ve yeni üretim süreçleri ortaya çıkmıştır. Üretimde artık daha çok makineden yararlanılmakla birlikte, insan ve hayvan kaynaklı canlı enerjinin yerini cansız enerji almıştır. Doğal ham maddelerin yerini sentetik ham maddelerin almasıyla, insan ihtiyaçları için pek çok farklı madde üretilmeye başlanmıştır.
- Üretim araçlarının yani sermayenin sahipliği ve bu araçlarla ilişkilerin belirlediği yeni mesleki ve sosyal sınıflar meydana gelmiştir.

Bu gelişim ve değişimler yaşadığımız çağın sermayesinin bilginin kendisine dönüşmesindeki en önemli adımlar olarak nitelendirilebilir. Gelişen teknolojilerin, özellikle de bilgisayarın, yaşamın her alanında etkili hale gelmesi, içinde bulunduğumuz yüzyılda en değerli sermayeyi bilgiye çevirmektedir.



### 2.1.1.2.Bilgi Toplumu

Sanayi Devrimi'nden günümüze kadar olan süreçte teknolojinin hızlı gelişimi, pek çok alanda toplumların yapısını değiştirmiş ve değiştirmeye devam etmektedir. Hızla gelişen bu teknolojilerle birlikte günümüzde; “bilgi çağı”, “enformasyon çağı” gibi pek çok farklı şekilde adlandırılan bir dönem yaşanmaktadır.

Sosyal bilimciler, 1960'lı yıllardan itibaren, Amerika ve Japonya gibi gelişmiş düzeyde endüstrileşmiş ülkelerde, toplumun genel karakteristiğinde, pek çok yönden endüstri toplumundan farklılıklar gösteren değişimler olduğunu gözlememişlerdir. Bu sebeple de İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra çokça kullanılan “endüstri toplumu” kavramı yerine; toplumu tanımlayacak yeni bir kavram ihtiyacı hissedilmiş ve pek çok farklı kavram ortaya atılmıştır (Bozkurt, 1997:20)

Ulusal düzeyde olduğu kadar uluslararası düzeyde de toplumları etkileyen iletişim alınındaki teknolojik gelişmeler, toplumları birbirine yakın kılmakla birlikte benzer de kılmaktadır. Bu düşünceden yola çıkarak; Etzioni aktif toplum, McLuhan elektronik çağ, Daniel Bell sanayi sonrası toplum, Peter Drucker bilgi toplumu, Paul Halmos hizmet sınıfı toplumu, Alvin Toffler üçüncü dalga kavramlarını kullanarak toplumların geçirdiği süreci tanımlamaktadırlar (Frankel, 1991: 15, aktaran: Baran, 1992:56)

Endüstri Sonrası Toplum, Bilgi Toplumu, Enformasyon Toplumu bu kavramlardan en çok kullanılanları arasındadırlar.

“Enformasyon Toplumu; bilginin en değerli kaynak, üretim aracı, aynı zamanda da temel ürün olduğu; öyle ki işgücünün çoğunluğunun enformasyon endüstrisinin işçilerinden oluştuğu ve enformasyonun diğer göstergelere göre ekonomik ve toplumsal olarak da baskın olduğu bir toplum” (Mutlu, 2012: 96).

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişe bakıldığında, sanayi toplumunun yapısının tam anlamıyla kurumlaşıp, oluşumu 100 yılı aşkın bir sürede meydana gelmiştir. Ancak bilgi toplumuna bakıldığında ise ilk 10 yılında bile pek çok önemli ve köklü değişikliği hızlı bir şekilde yaşamıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişteki bu hızlı dönüşümün pek çok sebebi bulunmaktadır. Yeni

teknolojilerin gelişiminin hızlı bir şekilde meydana gelmesi ve insanların bu gelişmiş teknolojilere olan uyum esnekliğinin yüksekliği temel neden olarak gösterilebilmektedir. Bu durum bilgi toplumunun, insanlık tarihine getireceği değişim ve dönüşümün sanayi toplumundan daha derin olabileceğinin kanıtları arasındadır (Erkan, 1994:10-11, Aktaran: Özçağlayan, 1998: 22).

Bilgi, günümüzün küresel dünyasında giderek daha kolay ve hızlı ulaşılabilen bir olgu haline gelmektedir. Bu kolaylığın en önemli sebebi ise sistematik olarak gelişen iletişim ve bilişim teknolojileridir. Günümüzün vazgeçilmezi haline gelen bu teknolojiler, toplumsal hayatta pek çok yeniliğin doğmasını sağlamaktadır. Bu teknolojiler sayesinde artık en önemli sermaye ve ihtiyaç bilgisidir. Üretim için artık bilgi, olmazsa olmaz bir olgudur.

Bilginin sürekli üretilebilmesi, iletişim ağları içinde taşınabilir, bölünebilir ve paylaşılabilir olması; bununla birlikte iletişim ağları sayesinde bilgiye ulaşımın hızlanması ve kolaylaşması, bilgi toplumunda bilginin başlıca nitelikleri olarak tanımlanmaktadır. Bilişim teknolojilerine bağlı iletişim ağ sistemleri fabrikaların yerini almakla birlikte, sanayi toplumundaki maddi malların yerini artık bilişimsel bilginin kullanımı almaktadır. Hem üretim hem de tüketim sürecine bakıldığında bilgi toplumundaki en önemli girdi bilişimsel bilgi olarak kabul edilmektedir (Özçağlayan, 1998:27).

Teknolojik açıdan ileri olan ülkelerde bilgiyi üretme, kullanma, yayma yeteneği; uluslararası rekabette kritik bir belirleyici haline gelmiş, bu sebeple de bilginin yoğun olarak kullanıldığı faaliyetler önem kazanmaktadır. Ülkelerdeki bu gelişmeler bilgi ekonomisi kavramıyla açıklanmaktadır. Çünkü mal ve hizmet üretim faaliyetleri çok büyük oranda bilgi kullanımını gerektiren bir hal gelmiştir (Yaşa ve Çolak, <http://www.bilgitoplumu.gov.tr>).

Küreselleşme sürecinin hızlı bir ivme kazanmasının nedenlerine bakıldığında, hızlı gelişen teknoloji ve bilginin yoğun biçimde kullanılması gösterilebilir. Küreselleşme sonucu, uluslararası rekabeti ve üstünlüğü belirlemede; toplumların başlıca zenginlik kaynağı olan “bilgi” önemli bir yer tutmaktadır. Geçerli bilginin

üretimi, yeni alanlarda bu geçerli bilginin kullanılması günümüz dünyasında vazgeçilmez bir unsurdur (Çalık ve Sezgin, 2005:65).

Günümüzde bilginin öneminin artması, bilginin işlenmesine ve dağıtılmasına yönelik teknolojilerin gelişmesiyle paralel ilerlemektedir. En yaygın, herkes tarafından hissedilen ve hızlı gelişmeler ise iletişim alanında gerçekleşmektedir.

## **2.2.Yeni Medyanın Ortaya Çıkışı**

Ev tipi kişisel bilgisayarların ortaya çıkması ve yaygınlaşması, internetin giderek her evde kullanılıyor hale gelmesi gibi gelişmeler, yeni medya olarak adlandırılan kavramın doğmasına ve kabul görmesini sağlamıştır.

Günümüzde, farkında olmasak da gündelik yaşam pratiklerini köklü bir şekilde değiştiren; günlük hayatımızın her alanına yayılan, kullanım yoğunluğu giderek artan bilgisayar, internet ortamı, cep telefonları, oyun konsolları, ipod, avuç içi veri bankası kayıtlayıcıları; diğer bir deyişle tüm bu dijital teknolojiler beden bir uzantısı/parçası haline gelmektedir ve bu teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanmaktadır. Yeni medyanın etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olması, geleneksel medyadan ayrılmasını sağlayan temel özelliklerdir (Van Dijk, 2004:146, aktaran: Binark, 2007:21).

“Yeni medya terimi, geleneksel medyadan farklı olarak, sayısal medyayı, özellikle etkileşimsel medyayı, internet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelemek için kullanılmaktadır” (Tokgöz, 2015:398).

Türk Dil Kurumu, dijital kavramını “sayısal; verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi” şeklinde tanımlamaktadır (<http://www.tdk.gov.tr/>). Sayısallaştırma (digitalization); bir kodlama teknolojisi olmakla birlikte, farklı iletişim platformlarını birbirine dönüştürmekte ve bu farklı platformlar arasındaki ayrımın ortadan kalkmasına olanak sağlamaktadır. Farklı iletişim araçlarının sayısallaştırılması; önceleri birbirinden farklı görünen iletişim platformlarında ve iletişim araçlarında bilgi, eğlence, enformasyonun saklanması ve dağıtımını sağlamaktadır (Mutlu, 2012:268). Sayısallaşma; geçmişte olanaksız olan bilginin

entegrasyonunu, ses, görüntü ve metin halindeki mesajların sayısallaştırıldığında kolayca birleştirilebilmesiyle, mümkün kılmaktadır (Özçağlayan, 1998:94).

Yeni medya tanımlarında en temel özelliklerden biri bu sayısallaşma durumu yani dijitalleşmesidir. İletişim alanındaki bu hızlı dijitalleşme pek çok farklı mecrayı, sistemi de beraberinde getirmeye devam etmektedir.

Dijital iletişim, her bir iletişim ögesinin ve bilginin, her biri bit (bite) olarak adlandırılan bir (1) ve sıfırlardan (0) oluşan bir dizi haline dönüştürülebileceği veya aktarabileceği anlamına gelmektedir. Bayt (byte) ise dizinin tamamına denilmektedir. Bütün medya içeriklerinin birbirine benzemesi ve tek tipleşmesi, aynı dijital koda dönüştürülmesinin en önemli sonucudur. Analog biçimindeki bilgi ve iletişim ögeleri; dijital kodlamada öncelikle parçalara ayrılmakta sonrasında sayısallaştırılmış şekilde görüntü, ses, metin, rakamsal veri olarak tekrar birleştirilmektedir. Bu kapsamda bilgi ve iletişim ögelerinin miktarındaki artışın sebebi, tek tip sayısal kod kullanmanın; üretim, kayıt ve dağıtımın daha kolay hale gelmesidir. Metinler, görüntüler, sesler ve görsel – işitsel programlar gibi büyük bilgi ve iletişim birimlerinin doğrusal sıralamasının kırılmış olması, dijital kod kullanımının belki de en önemli sonucudur. Böylelikle bu birimler, ögeler arasında oluşan köprüler sayesinde okuyucu, izleyici, dinleyicinin istediği sıraya dönüşebilmektedir (Van Dijk, 2004:146, aktaran: Özel ve Sert, 2015:9).

Kısa bir tarihe sahip olmasına rağmen internet, dünya üzerinde çok yaygın bir kullanımı alanı elde ederek ayrıcalıklı bir konuma erişmiştir. Haberleşme, ticaret, eğlence sektörüyle birlikte eğitim ve yönetim uygulamalarında internetin yaygın kullanımı söz konusudur. Günden güne kullanım alanı genişleyen internet ile birlikte hayatımıza yeni ifadeler, semboller, anlatım kalıpları ve ayrıca kullanım pratikleri de girmektedir. İnternet, diğer iletişim araçlarına göre daha hızlı olması, daha fazla alanı kapsamaması ve görece daha az maliyete sahip olması gibi özellikler taşımaktadır (Çakır ve Topçu, 2005:72).

İnternetin ortaya çıkması, kişisel bilgisayarlar ve günümüzde akıllı cihazlar sayesinde her yerde kolayca ve az maliyet ile ulaşılabilir olması; elbette yeni

medya alanındaki gelişmelerin en önemli sebebidir. Bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasını sağlayan internetin iletişim ile ilgili herhangi bir mecrada, cihazda olmaması günümüzde kullanıcılar açısından kabul edilebilir ihtimal değildir.

İnternet, ilk kez 1969 yılında Amerikan Savunma Bakanlığı Araştırma Dairesi tarafından bakanlık bilgisayarlarında kullanmaya başlanmış, daha sonra ise üniversiteler ve araştırma kurumlarında da kullanılmaya başlanarak, kullanım alanları genişlemiştir. 1990 yılında ise ülkemizde kullanılmaya başlanmıştır. E-mail, chat, video konferans vb. araçları ile kullanıcılarına iletişim imkanı veren internet, elektronik tabanlı bir sistem olmakla birlikte; bu ortam sayesinde eş zamanlı görsel-ışitsel iletişim kurmak da mümkün hale gelmektedir (Güçdemir, 2010: 21).

İnternetin gelişimine daha ayrıntılı bakmak gerekirse; 1962 yılında, ARPANET olarak adlandırılan Amerikan Askeri Araştırma Projesi ve Massachusetts Institute of Technology'nin başlattığı “galaktik ağ” kavramıyla gündeme gelmiştir. 1969 yılında, University of California at Los Angeles, University of Utah, Stanford Research Institute ve University of California at Santa Barbara arasında ARPANET çerçevesinde ilk bağlantı gerçekleştirilmiştir. İnternetin ilk şekli ana bilgisayarlar arasındaki bağlantı ile gerçekleştirilmiştir. 1972’de ARPANET’in, Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı’nda, NCP (Network Control Program) ile birleşmesi yaşanmakla birlikte, ilk elektronik posta (e-mail) bu yıl kullanılmaya başlanmıştır (Çakır ve Topçu, 2005:75).

İnternetin Türkiye’deki tarihçesi ise üniversiteler aracılığıyla başlamış ve yaygın hale gelmiştir.

Türkiye içi geniş bir alan ağ oluşturma çabaları, 1980’lerin ortasında başlamış ve TUVAKA (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumu Ağları) organizasyonu ile hızlanmıştır. ODTÜ ve TÜBİTAK’ın ortak yürüttükleri bir proje ile 1992 Temmuz ayında, ABD üzerinden 64 Kbit/saniye hızında bir hat ile Türkiye’nin internete bağlanması sağlanmıştır. TR-NET adı verilen şebeke ile 12 Nisan 1993 yılında resmen kullanıma açıldı (Özçağlayan, 1998:228).

İnternetin hızı, zamandan tasarruf edilmesini sağlama, ucuz olması, kolay erişilebilirliği, etkileşimin hayatımızda daha da önem kazanmasını sağlaması gibi özellikleri hem dünyada hem de Türkiye’de yaygınlaşmasını sağlamıştır.

İnternetin gündelik hayatta yaygın kullanımı ile birlikte, internet kullanıcıları Web 1.0. dönemi ile tanışmıştır. Web 1.0 dönemi, içerik yayıncı ve içerik okuyucunun bulunduğu dönemdir. Oysaki Web 2.0 ile internet sitelerini ziyaret edenler sadece tüketici konumunda olmaktan çıkmış, aynı zamanda üretici konumuna da geçmişlerdir. Bir çok kişinin eş zamanlı olarak iletişime geçmesini sağlayan Web 2.0, içinde tanımlanan pek çok sosyal medya araçları ile pek çok uygulama gerçekleştirebilmektedir (Güçdemir, 2010: 24).

Web sitelerinin internette aktif yayılmasıyla birlikte, temel hedefin kişisel eğlence olduğu bilgiye ulaşma ve dosya indirme ön plana çıkmıştır. Web 2.0 ise kişisel yayıncılığı ön plana çıkarmaktadır. Kullanıcılar bu özellik sayesinde içeriğin bir parçası olmakta, güncelleme yapabilmekte ve yeni içerik üretebilmektedirler (Yengin, 2015:49).

Web 1.0, ilk olarak Mart 1989’da Tim Berners-Lee tarafından CERN’de (European Particle Physics Laboratory) geliştirilmiştir. Günümüze kıyasla internetin kullanıldığı ilk dönemlerde çok ilkel kalan internet sitelerinde kullanıcılar sadece verilen bilgiyi alan konumundaydılar. Kullanıcılar ve web siteleri arasında tek taraflı bir iletişimin olduğu bu dönemde web sitelerinin içeriği sadece ve sunucuları tarafından kontrol ediliyor ve kullanıcılar sınırlı sayıda olan bu web sitelerindeki içerikleri okuyabiliyor, program ya da dosya indiriyorlardı. Bir etkileşimin söz konusu olmamakla birlikte web sitelerinin alt yapısı teknik olarak yetersizdi. Zamanla internet kullanımının artmasıyla, kullanıcıların farklı talep ve istekleriyle birlikte programcılar harekete geçti. O’Reilly Media tarafından 2004 yılında, etkileşime ve çeşitli uygulamalara daha fazla yer veren Web 2.0, kullanıma sunuldu. Web 2.0 kavramı, web tabanlı özgür ansiklopedilerden, forumları, ikinci nesil internet tabanlı web sitelerinden toplumsal ağ sitelerini (sosyal networkler), podcastleri, çevrimiçi birliktelik ve paylaşım olanağı sağlayan ortamlar için kullanılmaktadır (Güçdemir, 2010: 24).

Web 2.0 ile birlikte “yeni medya” olarak adlandırılan medya ortamı, kullanıcıya pek çok avantaj ve etkileşim sağlayan yapısı, hızı, mekandan ve zamandan bağımsız oluşu gibi özellikleriyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

### **2.2.1. Geleneksel Medya ve Yeni Medya**

Tek yönlü bir iletişim sağlayan ve kullanıcının sadece tüketici olduğu geleneksel medya araçları (gazete, radyo, televizyon vb.); internetin hızlıca gelişmesi ve etkileşimin medya ortamında üretici hale gelmenin gündelik hayatımızda önemli bir yere gelmesiyle yeni medya ortamlarından ayrılmaktadırlar.

Doğası gereği internetin meydana getirdiği hız, karşılıklı etkileşim, güncellenebilirlik, düşük maliyet gibi avantajlarla birlikte multimedya özelliklerini her yönüyle kullanabilmenin getirdiği üstünlük; yeni medya ve iletişim teknolojilerinin, geleneksel medya veya kitle iletişim araçları dediğimiz sistemler karşısında oldukça önemli bir güç elde etmesini sağlamıştır (Bulunmaz, 2014:23).

Web 1.0 ve Web 2.0’ı birbirinden ayıran Lister’e göre; Web 1.0’da bilgiye erişim daha sınırlayken, Web 2.0’da bilgi paylaşımı daha hızlıdır. Arama motorları ve web servisleriyle birlikte bilgi transferi hız kazanmakta ve böylelikle internet kullanımını artmakta; dolayısıyla bu sayede yeni medyaya geçiş hızlanmaktadır (Yengin, 2012a:76).

Lister 2009 yılında yaptığı çalışmada Web 1.0 ve Web 2.0 arasındaki farkları ortaya koymaktadır.

Tablo 2’de, Web 1.0 ve Web 2.0 arasındaki temel farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 2. Web 1.0 ve Web 2.0

WEB 1.0	WEB 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
Mp3.com	Napster
Britanica Online	Wikipedia
Kişisel web siteleri	Blog
Sayfa görüntüleri	Tıklama başına maliyet
Ekran arayüzü	Web siteleri
Yayımlama	Katılım
İçerik yönetimi	Wikiler
Yönlendiriciler	Etiketleme
Yapışkan	Paylaşım

(Kaynak: Lister, 2009:204; Aktaran: Yengin, 2012a:76)

Geleneksel ve yeni medya arasındaki farklar üzerine pek çok çalışma olmakla birlikte, genel olarak bunların ortak noktası; dijitallik, etkileşimlilik, hipermetinlilik ve modülerlik olarak sıralanabilmektedir. Analog verilerin kodlanarak bilgisayar tabanlı sistemlere aktarılmasıyla dijitallik meydana gelmektedir ve böylece istenilen veriye kolay ve hızlı ulaşım mümkün olmaktadır. Hipermetinlilik; metinlerin kendi içinde bağlantılı olma durumunu ifade etmektedir. Hiper kavramı ötesinde anlamına gelmektedir ve dijital ile analog arasındaki farklılığı belirtmektedir. Sınırsız veri toplama, güncelleme, paylaşma gibi özellikleri olan hiper metin; metinlerin kendi içinde ağ oluşturması anlamına gelmektedir. İletişimin tek ve çift yönlü olarak sınıflandırılmasında belirleyici olan faktör geribildirimdir. Geribildirim devamlılığı ise etkileşimlilik kavramını beraberinde getirmektedir. İletişim sürecinde kullanıcıyı aktif hale getiren etkileşimlilik olgusu, kullanıcıların verilerin içeriğine müdahale edebilme durumunu ifade etmektedir. İletinin içeriğinin kişiselleşmesi, kullanıcı katılımının artması, kullanıcının seçeneklerinin çoğalması gibi etkenler; etkileşimle birlikte meydana gelmektedir. Farklı bileşenleri tek çatı altında kullanırken her hangi biri üzerinde değişiklik yapabilme özelliği olarak tanımlanan modülerlik; birbirinden



farklı bileşenlerin bir araya gelerek farklı biçimde tek bir nesne oluşturabilmesidir (Yengin, 2012b:126-1).

Yeni medyanın içeriği video, ses ve metni bir arada barındırabilme özelliğinin yanı sıra kurulan iletişimin eş zamanlı olması veya olmaması olanağını içerisinde bulundurmaktadır. Hipermetinsellik ve etkileşim gibi internetin doğasında bulunan özellikler de eklendiğinde, geleneksel medyanın sunduğu olanakların çok ötesinde fırsatlar sunan bir medya ortamı ortaya çıkmaktadır. Bütün bu özellikler ve fırsatlar kullanıcının aktif bir konuma geçmesine, gündemin oluşmasında etkin rol oynayan kaynaklara dönüşmesine sebep olmaktadır. Hedefin kaynak niteliği de kazanmış olması; iletişim süreci için önemli bir gelişmedir. Hedefe kaynak; kaynağa hedef niteliği kazanmış olması, etkileşimin karşılıklı iletişim sürecine olanak vermesiyle mümkün hale gelmektedir. Yeni medya, herkes görünür, erişilebilir ve sürecin aktörü yaptığı için fark yaratmaktadır (Birsen, 2013:42).

Tüm bu olanaklar yeni medya kavramının ve genel bir platform ismi olarak sosyal medyanın gündelik hayatta kendisine hızlı ve büyük bir yer edinmesini sağlamaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarının çeşitliliği ve kullanıcıların eğlenceden, bilgi almaya kadar pek çok ihtiyacını karşılamasıyla çok çeşitli şekillerde karşımıza çıkmaktadır.

### **2.2.2. Sosyal Ağlar ve İletişim Teknolojileri Kullanım Kategorileri ve Alanları**

Yeni iletişim teknolojileri; kullanıcılar açısından internetin maliyetinin düşmesi, akıllı telefonlar, tabletler gibi araçların her zaman yanımızda olması ve kolay erişilebilir olmaları, günümüz dünyasında vazgeçilmez bir konuma gelmelerine sebep olmaktadır. Kullanıcı temelli içeriğin kolay üretimi ve paylaşımı bu teknolojilerin ve platformların gün geçtikçe daha da artmasını ve gelişmesini sağlamaktadır.

TÜİK'in 2004 ve 2018 yılları arasında hazırladığı "Hanelerde Bilişim Teknolojileri Bulunma Oranı" raporu incelendiğinde, 2016'dan itibaren masaüstü bilgisayarların hanelerden bulunma oranı azalırken, taşınabilir bilgisayarın (Dizüstü,

netbook vb) bulunma oranında artış görülmektedir. Tablet bilgisayarlar ve akıllı telefonlar için de aynı artıştan söz etmek mümkündür. Özellikle cep telefonu/akıllı telefon %98.7'lik kullanım oranıyla en çok tercih edilen teknoloji olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra Smart Tv denilen, internete bağlanabilen televizyon kullanım oranı da 2016'da %24.6 iken, 2018 yılında %32.1 ile belirgin bir şekilde artış göstermiştir (TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr/Start.do> , Erişim tarihi: 29.12.2018).

Bu yeni teknolojilerin giderek gelişmesi ve toplum içerisinde kullanımının büyük oranda kolayca kabul görmesi pek çok topluluğun, uygulamanın, platformun, ağların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Sosyal ağlar ise günümüzde en çok kullanılan yeni iletişim teknolojisi unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hızlı değişen teknolojilerin uzantısı olarak karşımıza çıkan sosyal ağlar ile, akıllı telefon veya bilgisayar ekranının aracı olmasıyla dünyanın bir ucundaki paylaşımlar hakkında yorum yapabilir ve beğenide bulunur hale gelmekteyiz (Kırık, 2017:241). Sosyal ağlar etkileşimli teknolojiler aracılığıyla hem yaşamımıza renk katmakta hem de alışlagelmiş teknolojiler kullanan geleneksel medyanın yanında farklı işlevlerini ortaya koymaktadır (Tokgöz, 2015:409).

Web 2.0 özelliklerine sahip olan Facebook, YouTube gibi sosyal ağlar en çok ziyaret edilen web siteleri arasında yer almakta ve sadece sosyalleşme veya eğlenmek amacıyla değil; bilgiye erişmek, öğrenmek, profesyonel işler yapmak gibi amaçlar için de kullanılmaktadır. Bu ağların sağladığı kişiselleştirme, işbirliği, üst veri, kullanıcı destekli içerik ekleme gibi özellikler kullanıcı deneyimini zenginleştirmeleri sayesinde daha kullanıcılar için daha çekici hale gelmektedir (Tonta, 2009:742).

Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi sosyal ağlar dünya çapında her yaşta kullanıcıya hitap etmesi, kolay kullanımı, kullanıcılarına pek çok alanda çitli olanaklar sunması gibi avantajlarıyla ön plana çıkmaktadırlar.

Facebook'u Mark Zuckerberg 2004'te geliştirmiş ve 2006'da Harvard Üniversitesi öğrencilerine sistemi açmıştır. Jack Dorsey tarafından 2006'da geliştirilen Twitter, 2008 yılı Amerikan seçimlerinde başkan adayı Barack Obama

tarafından da sıklıkla kullanılmıştır. 2010 yılında resim ve fotoğraf göndermek için Kevin Systrom tarafından kurulan Instagram, 2012'de Mark Zuckerberg tarafından satın alındı. Facebook, Twitter, Instagram gibi iletişim kanalları; etkileşimsellik, katılım ve kullanıcı türevli içerik üretme özellikleriyle; yalnızca verinin üretilip aktarılmasını değil, özgül bir iletişim ortamı da sağlamaktadırlar (Tokgöz, 2015:409-1).

Bu sosyal ağları kullanmak artık gündelik hayatımızın doğal bir parçası, kullanmama ihtimali ise hiç düşünmediğimiz bir olgu haline gelmiştir. Bu sebeple de pek çok farklı alanda karşımıza çıkmakta, üzerine pek çok araştırma yapılmaktadır. Özellikle son yıllarda yapılan internet kullanım araştırmalarına bakıldığında, sosyal ağ kullanımı için interneti kullanma oranları giderek artmaktadır. Ayrıca interneti ve bu ağların kullanım etkileri de araştırmacılar için önemli bir konu haline gelmektedir.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve UNICEF'in işbirliğinde Kasım 2011'de TBMM himayesinde düzenlenen "Türkiye'de Bilgi İletişim Teknolojileri ve Çocuk ve Gençlerin İnternet ve İletişim Teknolojileri Kullanımı" konulu konferans ve çalıştayda, internetin çocuklar ve gençler üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Çalıştay sonrası sonuç bildirgeleri TBMM'de sunulmuştur. Bu bildirgede bilgi iletişim teknolojilerinin olanaklarıyla ilgili aşağıdaki maddeler sunulmuştur (Binark, 2013:59):

- "Eğitim amaçlı kullanımı ile özellikle uzaktan eğitim sistemleri ile eğitimde mekân sınırlarının aşılması ve toplumun tüm kesimlerine eğitim olanakları,
- Toplumsal ve kültürel ifade amaçlı kullanımı,
- Kullanıcılarının kendilerini ifade etmelerini,
- Kültürel çeşitliliğe olanak,
- Küreselleşme olgusu sonucunda farklı dilleri kullanabilme becerisinin gelişmesine katkı,
- İletişimin ve hızının artmasını,
- Çeşitli ve güncel bilgi kaynaklarına ve bilgiye kolay erişimi,
- Bilgiye erişimde ve kullanmada fırsat eşitliğini,
- Ekonomik, toplumsal ve kültürel amaçlarla bireylerin bir araya gelmesini,
- Oyun oynamayı sağlar şeklinde sıralanmıştır".

TÜİK'in Ocak ve Mart 2018 tarihlerini kapsayan "Son üç ay içinde İnternet kullanan bireylerin İnterneti kişisel kullanma amaçları" başlıklı raporuna göre "Sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik

paylaşma” maddesi en çok tercih edilen madde olmuştur. Bu da pek çok olanağına rağmen insanların en çok sosyal ağlarda vakit geçirdiklerini göstermektedir.

Tablo 3.Son Üç Ay İçinde İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanma Amaçları – TÜİK Ocak-Mart 2018 Raporu Verileri

<b>Amaçlar</b>	<b>Toplam</b>	<b>Erkek</b>	<b>Kadın</b>
E-Posta gönderme/alma	<b>44,8</b>	51,1	37,1
İnternet üzerinden telefonla görüşme/ video görüşmesi (webcam ile)	<b>69,5</b>	68,0	71,3
Sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma	<b>84,1</b>	86,9	80,7
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama	<b>67,8</b>	71,5	63,3
Müzik dinlemek (Web radyosu dahil)	<b>61,4</b>	62,2	60,5
İnternet üzerinden TV izleme (canlı veya kaçırılan programlar dahil)	<b>40,0</b>	40,8	39,1
Ücretli video izleme	<b>4,4</b>	5,1	3,6
Paylaşım sitelerinden video izleme (Örn. YouTube)	<b>78,1</b>	80,0	75,9
Oyun oynama ya da indirme	<b>35,3</b>	40,3	29,3
Sağlıkla ilgili bilgi arama (yaralanma, hastalık, beslenme, vb.)	<b>68,8</b>	65,0	73,5
Web sitesi üzerinden bir doktordan randevu alma (sağlık kuruluşu veya hastane vb.)	<b>34,7</b>	34,7	34,8
Mal veya hizmet satışı	<b>21,3</b>	24,9	17,0
İnternet bankacılığı	<b>39,5</b>	49,8	27,0

(Kaynak; TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr/Start.do> , Erişim tarihi: 29.12.2018)

Bu kapsamda değerlendirildiğinde iletişim teknolojileri, cep telefonlarından internete kadar pek çok araç sayesinde hayatımızda önemli bir yer edinmektedir. Oyun oynamadan, televizyon izlemeye, video izleyip, çeşitli konularda araştırma yapmaya kadar pek çok amaç için bu teknolojileri hayatımızın vazgeçilmez bir ögesi haline getirmekteyiz. Tüm bunların yanı sıra bu teknolojilerle birlikte doğan sosyal ağlar; tanıdıklarımızla ya da tanımadıklarımızla iletişim kurmaktan, yine çeşitli

konular hakkında araştırma yapmaya ve etkileşime olanak sağlamaya kadar pek çok avantajıyla tek tuş ile yanımızdadırlar. Bu sebeplerle de çocukların ve yetişkinlerin hayatında önemli etkilere sahip olmaktadır.

Özellikle çocukların kullanımı kapsamında bakıldığında, bu teknolojileri ve sosyal platformları kullanım yaşı oldukça düşmüştür. Bu durum günümüz çocuklarını pek çok açıdan etkilemektedir.

### **2.3.Dijital Teknolojiler ve Çocuk**

Günümüz dünyası artık giderek daha da fazla; içeriğin yaş kriteri gözetmeksizin kullanıcılar tarafından oluşturulduğu, geliştirildiği ya da bir şekilde katkıda bulunduğu, zaman ve mekan kısıtlaması olmadan ulaşılabilen iletişim ağlarının hakim olduğu bir dünya haline gelmiştir. Geliştirilen bu teknolojilerin pek çoğunun kabul edilen yaş kriteri 13 olmasına rağmen, yapılan pek çok araştırma gösteriyor ki artık çocuklar daha da erken yaşlarda bu teknolojilerle tanışıyor ve kullanmaya başlıyorlar.

“Çocuklar teknoloji isteyerek büyümüyorlar ama sonradan onu vazgeçilmez olarak görmeye başlıyorlar. Orta okul çağına geldiklerinde, sosyal hayatları gerçek dünyadan dijital dünyaya taşınıyor. Her gün sabahtan akşama kadar Instagram’da yüz milyonlarca fotoğraf paylaşıyor ve milyarlarca mesaj atıyorlar. Mola almak gibi bir seçenekleri yok çünkü onaylanma ve arkadaşlık amacıyla geldikleri yer burası (Alter, 2018:43).”

Bu yoğun kullanım, çocuklarla ilgili pek çok farklı konunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sebeple de çocuk ve yeni teknolojiler konulu pek çok farklı araştırmanın sayısı giderek artmaktadır.

UNICEF’in 2017 yılında yayınladığı “Dünya Çocuklarının Durumu 2017” başlıklı rapora göre 15-24 yaş grubu gençler internete en çok bağlanan yaş grubudur. Dünya genelinde toplam nüfus içerisinde %48’i internet kullanırken, genç nüfusun %71’i çevrimiçidir. Yine aynı rapora göre, 18 yaşından küçük çocuklar ve ergenlerin tüm dünyadaki internet kullanıcılarının 1/3’ünü oluşturdukları tahmin edilmektedir. Araştırma bulgularına göre kullanım yaşı giderek düşmekle birlikte bazı ülkelerde 15 yaşından küçük çocukların 25 yaşından büyük yetişkinler kadar internet kullandığını göstermektedir (<http://www.unicef.org.tr/>).

Yeni nesil, farklı formatlarda sunulan dijital içerikleri ve iletişim biçimlerini hızla kabullenmekle birlikte bunları içselleştirmektedir. Bu ortamlar, iletişim biçimlerinin yanı sıra ayrıca verinin sunum şeklini, analizini ve ihtiyaca göre iletilmesini de etkilemektedir. Artık konum bilgilerimiz, cinsiyetimiz, yaşımız gibi özel bilgilerimizi analiz ederek ihtiyaçlara uygun içerikleri karşımıza çıkartmaktadır (Arslan, 2015:193).

Yeni teknolojilerin sunduğu fırsatları değerlendirmek, sosyal ağlarda istediğimiz gibi gezinmek ve içerik paylaşmak için pek çok kişisel bilgilerimizi gönüllü olarak bu teknolojileri üreten şirketlere vermekteyiz. Çok büyük bir çoğunluğu ücretsiz olan bu ağlara, yaşları tutsun ya da tutmasın çocukların da ilgisi oldukça fazladır. Bu sebeple kişisel bilgilerimizi, ilgilerimizi paylaşan çocukların da karşılıklarına pek çok reklam ya da ilgi alanlarına yönelik içerik çıkmaktadır. Bu durum eğer doğru içeriği nasıl ayırt edeceğini ya da pek çok analiz sonucu kendisine özel olarak karşısına çıkan içerik ile nasıl başa çıkacağını bilmiyorsa; bir tehdit oluşturabilir.

Bununla birlikte, dijital dünya, sosyal ağlar, gelişen teknolojinin gündelik hayata kattığı olanaklardan yetişkinlerin olduğu kadar çocukların da kaçmalarına imkan bulunmamaktadır. Bununla birlikte son yıllardaki hızlı gelişmeler düşünüldüğünde çocuklar için artık bu teknolojiler “yeni” değil aksine içine doğdukları bir gerçekliktir. Bu sebeple önemli olan çocuğu bu teknolojilerden tamamen uzaklaştırmak değil, çocuğun doğru kullanımı için çalışmalarda bulunmaktır.

UNICEF’in aynı tarihli araştırmasına göre, özellikle toplumsal açıdan bakıldığında bu teknolojiler özellikle insani krizlerde uzakta yaşayan çocuklar için eğitim olanağı sunabilmektedir. Ayrıca çocuklar dijital teknolojiler sayesinde toplumlarını ilgilendiren konulardan haberdar olabilir ve hatta bunlara çözüm sunabilmektedirler (<http://www.unicef.org.tr/>).

Bunların yanı sıra çocuğun çok yoğun olarak bu ağların kullanımına maruz kalması elbette ki bazı riskleri de beraberinde getirmektedir.

Geleneksel medya araçlarından farklı olarak çocuklar mesajları sadece alan taraf değil aynı zamanda mesajlar hem üreten hem de tüketen konumundadırlar. Bu durum bazı olumsuzlukları beraberinde getirmektedir. Çocuğun kendisine uygun olmayan içeriklerle karşılaşması, bu iletilerle karşılaşan çocuğun “tüketen” durumuna gelmesi, yanlış kimlik inşası ve kimlik inşasının yeni medyadan olumsuz etkilenmesi, içerik üreticisi olarak yeni medyada konumlanan çocuğun potansiyel risklere maruz kalması ve çocuğun emeğinin sömürülmesi gibi durumlar bu olumsuzluklara örnek olarak gösterilebilir (Atalay, 2019:184).

Sosyal ağların yaratacağı risklere çocukların en az düzeyde maruz kalması, bu teknolojileri doğru kullanabilmesi, kendine en uygun ve doğru içeriğe ulaşarak ve hatta onu ayırt edebilme becerisi kazanarak fayda sağlayabilmesi için yeni medya okuryazarlığı önemli bir alandır.

Medya Okuryazarlığı kavramı, 20.yüzyıl itibariyle eğitim, iletişim gibi temel alanlarda önemli bir yer edinmiştir. Günümüzde ise özellikle; iletişim teknolojilerine ulaşım ve kullanım yaşının oldukça düştüğünü göz önünde bulundurursak; kavram yeni medya okuryazarlığı olarak pek çok yerde karşımıza çıkmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerine erişimin ve kullanımının kolaylığı, özellikle çocukların bu teknolojilerle ve bu mecralarda karşılarında çıkan içerikle ilgili küçük yaşlardan itibaren daha fazla bilgi edinmelerini zorunlu hale getirmektedir.

Medya mesajlarına ulaşma, iletme ve onlar çözümleyebilme yeteneği medya okuryazarlığı olarak tanımlanabilmektedir. Küreselleşen dünyada medya okuryazarlığı eğitiminin asıl amacı doğru soruları sormayı öğretebilmektir. Medya okuryazarlığı aracılığıyla öğrencilerin birer vatandaş olarak medya karşısında güçlü olabilmeleri ve buna göre bakış açısı kazanabilmeleri amaçlanmaktadır (Tallim, 2009, Aktaran: Kalan, 2010:62).

“Medya okuryazarlığı konusunda bilinçlenen birey, medya mesajlarının eleştirel çözümlemesini yapabilir; ileti kaynağının güvenilirliğini değerlendirmesini yapabilir, etkileri konusunda bilgi sahibi olur, farklı mecra ve programları tercih etme iradesine sahip olabilir” (Kalan,2010:64).

Sonia Livingstone, yöneticisi olduğu EU Kids Online projesi kapsamında, 27 Mayıs 2010 tarihinde gerçekleştirdiği “E-Gençliğin Geleceği” isimli konferansta çocukların çevrimiçi ortamda karşılaşılabileceği risklerle ilgili somut araştırmalar yapılmasını ve bunların güncel tutulması gerektiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte Livingstone, toplumun ve ebeveynlerin sürekli olarak çevrimiçi risklere yönelik öykülerle korkutulmaları yerine bunların yanında mecradaki olanakların da eş değerde anlatılması ve bunların nitelikli kullanımıyla ilgili bilgilendirilmelerinden bahsetmektedir (Binark, 2017:55, <https://www.academia.edu/>).

2018 yılında yayınlanan Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, çocukların dijital dünyada haklarının korunması ilkesini temel alan tavsiye kararlarını yayınladı. Bu tavsiyelere göre, çocuğa uygun yüksek kalitede içeriklerin üretilmesi oldukça önemlidir. Bununla birlikte çocukların dijital dünyada eleştirel düşünmelerini sağlamak amacıyla dijital okuryazarlığı geliştirecek önlemler ve eğitimlerin tasarlanması teşvik edilmelidir. Ayrıca devletler tarafından, dijital ortamlarda bilgiyi üreten ve dağıtan çocuğa, ifade özgürlüğü hakkını nasıl kullanabileceği ve başkalarının haklarında da saygılı olması gerektiğiyle ilgili farkındalık kazandırılmalıdır. Bu tavsiyeler sayesinde çocuğa odaklanmak, çocuğun dijital dünyaya katılımını sağlamak, çocukların bu anlamda güvenliğini sağlamak açısından önemli bir adım atılmıştır (Elmas, 2018, <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr>).

Sayıları giderek artan uluslararası çalışmalar da göstermektedir ki, çocukların bu alanda var olması ve var olurken de onlar için çeşitli önlemlerin tasarlanması günümüz dünyasında zorunluluk haline gelmektedir.

Tüm bunların yanı sıra Google, Facebook gibi teknoloji şirketleri çocuklar için uygulamalar tasarlayarak; çocuk dostu olarak konumlandıkları içerikleriyle daha fazla çocuğa ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Messenger Kids, ebeveynlerin çocuklarının kimlerle mesajlaştığını, görüştüğünü kontrol edip, ebeveynin üstleneceği bir onay mekanizması ile kullanıma açılmakta olan bir Facebook uygulamasıdır. Yurtdışında kullanıma açık olan uygulama ebeveyn ve çocuğun hesaplarını ilişkilendirerek çocuğun arkadaş listesinin



ebeveynin onayına gitmesine olanak sağlamaktadır (Zati, 2018: <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr>). Bir diğerk çocuklara özel uygulama örneği ise Google'ın çocuk arama motoru Kiddle'dır. Kiddle, herhangi bir arama yapıldığında çocuğa uygunsuz hiçbir içeriği göstermemeyi amaçlayan bir arama motorudur. Tasarım olarak da renkli bir yapısı olan Kiddle ile, çocuklar kendilerine uygun içeriklerle karşılaşılarak arama yapabilmektedirler.

Çocukların dijital dünyada giderek daha çok var olduğunun farkında olan şirketler, özellikle bu tür uygulamalar tasarlayarak hem bu konularda tedirgin olan ailelerin bu teknolojilere daha sıcak bakmasını sağlamakta hem de dünya genelinde çok büyük bir orana sahip çocuk kullanıcıları da daha fazla bu ağlara çekmektedirler.

Tüm bu araştırmalar, tasarlanan ve tasarlanmakta olan uygulamalar da göstermektedir ki artık çocuklar da erken yaşlardan itibaren bu ağların hem kullanıcısı hem de üreticisi olabilmektedirler. Bu ağlarda var olmak çocuk için bir sosyal çevrede olmanın yollarından biridir. Bu sayede fiziksel olarak arkadaşlarıyla görüşemese bile sosyal ağlar sayesinde iletişimini devam ettirebilmektedirler. Bu ağları kullanamaması bu çevreden de uzakta kalmasına ve belki de sosyal ilişkilerine zarar vermesine sebep olabilecektir. Gelişim aşaması olarak değerlendirdiğimizde sosyalleşme çok önemli bir süreçtir. Bu yüzden de sosyalleşme aracını çocuktan tamamen almak aile ile arasındaki iletişimi de zedeleyebilmektedir. Bu aşamada önemli olan ebeveynin çocuğun bu mecralarda neler yaptığını bilebilmesi ve çocukların da karşılarına çıkan içeriğe eleştirel bakabilme becerisini kazanmasıdır. Hem çocukların hem de ailelerin bu konuda bilinçlenmesi giderek daha da önem kazanmaktadır.

## **2.4.Dijitalleşme ile Değişen Kültür ve Sosyalleşme Süreci**

Sanal iletişim olarak tanımlayabileceğimiz yeni iletişim ortamı teknolojinin gelişmesine paralel olarak kendini oluşturmaktadır. Kişilerarası iletişim boyutunda baktığımızda bu dünya yalnızca bilgilenme ya da enformasyon değil; toplumsal olayların, arkadaşlık, evlilik, çeşitli gruplara üye olma, kimlik, aidiyet gibi ilişkilerin şekillendiği bir ortama dönüşmüştür (Güçdemir, 2010:39).

İnternetin toplumsal etkileşime etkileri hakkında, iki genel kategoride görüş bulunmaktadır. Online dünyanın yüz yüze etkileşimleri arttıran veya destekleyen yeni tarzda bir etkileşim biçimini beslediği fikrinde olan gözlemciler bu kategorilerden biridir. Yurtdışında çalışan, okuyan insanlar internet yoluyla ülkelerindeki arkadaşları, akrabalarıyla düzenli bir şekilde iletişim kurabilmektedirler. Mesafe ve ayrılık daha katlanılabilir hale gelmekle birlikte internet yeni tarz ilişki biçimlerinin oluşmasını da sağlamaktadır. Kullanıcılar online sohbet odalarında buluşabilmekte ayrıca ortak ilgi alanlarıyla ilgili iletişim kurabilmektedirler. Siber ortamda kurulan bu temaslar zaman zaman elektronik arkadaşlıklara veya yüz yüze karşılaşmalara olanak sağlayabilmektedir. Bu bakımdan internetin, insanların etkileşiminde olumlu bir etki sağladığını düşünenler, internetin toplumsal ağları zenginleştirdiğini de öne sürmektedirler (Giddens, 2013:643).

Teknolojinin sağladığı kolaylıklar sayesinde, mekan ve zaman fark etmeksizin ve mesafelerin bir önemi kalmaksızın insanlar istedikleri kişilerle kolayca iletişim kurabilmektedirler. Bunun yanı sıra sosyal ağlar sayesinde kendi ilgi alanları ile ilgilenen başka insanları belki de hiç olmadığı şekilde kolayca ve hızlıca bulabilmekte, onlarla etkileşim içerisine girerek sosyalleşebilmektedir. Bu kapsamda insanlar çeşitli konularda bilgi sahibi olurken ayrıca yeni insanlarla kendi sosyal çevrelerine katkı sağlayabilmektedirler. Yeni bir sosyal çevreye dahil olmanın yanı sıra var olan arkadaşları, tanıdıklarıyla yani sosyal hayatlarında var olan insanlarla da bu mecralar aracılığıyla iletişimlerini devam ettirmektedirler. Günümüz koşullarına baktığımızda özellikle bu teknolojilerin içine doğmuş olan çocuklar için bu mecralarda iletişim kuruyor ve sürdürüyor olmak oldukça doğal bir süreç haline gelmektedir.

Ancak herkes bu yeni teknolojileri bu kadar hevesli karşılamamaktadır. İnternet teknolojisinin yaygınlaşmasının toplumsal olarak soyutlanma, parçalanmada artışa sebep olacağını düşünen sosyologlar bulunmaktadır. Artık evlerde de internete erişimin artmış olmasının, insanların aileleriyle, arkadaşlarıyla daha az nitelikli vakit geçireceklerini ortaya atmaktadırlar. Onlara göre, internet ev ile iş arasındaki sınırı belirsizleştirmekte, insanların çoğunun evlerinde de e-postalarını kontrol ederek, gün

içinde tamamlayamadıkları işlere odaklanarak evde de uzun saatler boyu çalıştıklarını ileri sürmektedirler. İnsanlar arasındaki irtibat azalmakta, kişisel ilişkiler bozulmakta, geleneksel eğlence biçimleri daha az tercih edilmekte, toplumsal hayatın dokusu zayıflamaktadır (Giddens, 2013:643).

İletişim teknolojilerinin hızla hayatımıza girmesi ve özellikle mobil iletişim teknolojilerinin gelişmesi; kişilerarası iletişimin yönünün dönüşmesini sağlamaktadır. Bu teknolojiler, zamandan ve mekandan bağımsız olarak ve yüksek hız ve kolaylıkta insanların iletişim kurmasını sağlayabilmekle beraber; sağladığı olanaklar ve cazibe unsuru olması sebebiyle de insanların bu araçlarda ve mecralarda çok vakit geçirmesine sebep olmaktadır. Bu da insanların yüz yüze iletişim kurmaya, sosyal bir ortamda sosyalleşme ihtiyacı hissetmenin daha da azalmasına sebep olabilmektedir.

Tartışmanın her iki kısmında da haklı taraflar bulunmaktadır. İnternet hiç kuşkusuz ufkumuzu genişletmekle birlikte başka insanlarla iletişim kurmamız için sayısız olanak sunmaktadır. Ama bununla birlikte, hızlı yaygınlaşması, insanların birbiriyle etkileşim kurduğu geleneksel biçimlere meydan okumakta ve tehdit etmektedir. İnternet, önceleri televizyonda olduğu gibi hem kaygı hem de umut uyandırmıştır. İnternetin daha da gelişimine devam edeceğini söyleyen sosyolog Manuel Castells, bunun sebebini ağların gelişmesine katkı sağlamak olarak göstermektedir. Castells'e göre çağımızın örgütsel yapısını ağlar tanımlamaktadır (Giddens, 2013:644).

World Wide Web artık sadece dünyayı saran bir ağ değil; yani çepeçevre kuşatılmış olan sadece dünya değil aynı zamanda içinde yaşayan insan olmaktadır. Web 2.0 ile başlayan, cep telefonlarıyla birlikte büyüyen bu kuşatma; sosyalleşme kavramını da tartışılır hale getirmektedir. Tartışma sadece sosyalleşmenin kendisi üzerine değil aynı zamanda içerik değiştirmesi üzerine de gerçekleşmektedir (Büyükaslan, 2015:16).

Özellikle internetin yaygınlaşması ve erişimin kolaylaşması insanların yaşamında pek çok etki yaratmıştır. İnsanlar artık, özellikle cep telefonları üzerinden

pek çok ihtiyacını karşılayabilmektedir. İletişim süreçlerinde insanlara özgürlük kazandıran cep telefonları, sanal ortamda da insanların var olabilmesini sağlamaktadır. Özellikle sosyal paylaşım ağları aracılığıyla insanların günlük hayatları büyük oranda etkilenmektedir. Sosyal paylaşım ağlarındaki sürekli güncellenen çok ortamlı uygulamalar, insanların gerçek hayatta yaptıkları çoğu şeyi sanal ortamda da yapabilmelerini sağlamaktadır. Ayrıca gerçek hayatında iletişim kurarken çekingen olan insanlar, kendilerini sosyal ağlarda daha iyi ifade edebilmektedirler. Bunun yanı sıra bu uygulamalardaki gelişme, insanların bu mecralarda kendilerini açma davranışına teşvik etmekte ve bu da insanların birbirinin hayatını sosyal ağlar üzerinden gözetlemesine yol açmaktadır (Kaya, 2013:156-1).

Sosyalleşme açısından baktığımızda internet ve geleneksel sosyalleşme arasındaki ayrımın giderek belirsizleştiği gözlemlenmektedir. Bunun sebebi; internet kullanıcılarının ilişkilerini veya sosyal aktivitelerini sanal dünyada başlatıp, gerçek dünyaya kaydırmaları ya da gerçek dünyada başlatıp sanal dünyada devam ettirmeleridir. Bu durum günümüzde giderek sıradanlaşmaktadır (Sütçü ve Algül, 2013:61).

Tanımından yola çıkarak bir sürece bağlı bir birikim olan sosyalleşme, için internet ve sosyal ağlar önemli bir tamamlayıcı unsur olarak ön plana çıkabilmektedir. Sosyal paylaşım ağları yardımıyla, günümüz toplumunda kopuk ilişkiler yaşayan insanlar, sosyal ilişki kurma ya da mevcut ilişkilerini sürdürebilme şansına sahip olmaktadır. Sosyalleşme sürecinde, sosyal paylaşım ağları ilişkileri ve paylaşımları sürdürülebilir bir platforma taşımaktadır (Dilmen ve Öğüt, <http://www.sertacogut.com>).

Medya, çocuğun gelişiminde, sosyalleşme kanallarından biri olarak önemli bir etki yaratmaktadır. Bu etkiyi çocukları oynadıkları oyunda, giyim tarzlarında, oyuncaklarında, canlandırdıkları karakterlerde ve hatta yediklerinde görmek mümkün olmaktadır. Medya araçları, yayınları ile, düşünce ve duyguları yönlendirebilmekte ve davranışlar da değişikliği sağlayabilmektedir (Singer ve Singer, 1998, Aktaran: Ertürk, 2011:53).

Günümüz koşulları ve giderek gelişen teknolojiler göz önüne alındığında sosyalleşme sürecinin de bundan etkilenmesi çok normaldir. Sosyalleşmenin kendisi boyut olarak da anlam olarak da değişmektedir. Her ne kadar bu teknolojilerin toplumda her yaştan insan tarafından bu kadar yaygın kullanımının hem olumlu hem de olumsuz pek çok tarafı olduğu belirtilse de, günümüzde artık sosyalleşme olgusunu bu teknolojiler olmadan düşünülmemeye başlamaktadır.

Olumsuz olarak değerlendiren taraf, bu teknolojilerin aşırı kullanımının bağımlılığa yol açtığı ve kişilerin bu bağımlılık sebebiyle gerçek hayatta karışmak, ilişki kurmak ve geliştirmek konusunda isteksizliğe yol açtığını savunmaktadır.

Bununla birlikte bu teknolojiler ve ağların iletişim kurmaya ve sosyalleşmeye yardımcı birer unsur olduğu ve insanların hayatlarını kolaylaştırdığı da bir gerçektir. Bu teknolojilerden kaçmak artık neredeyse imkansız hale gelmiştir. Özellikle son yıllarda kullanım yaşının giderek düşmesi sebebiyle de çocuklar için bu teknolojilerin olmadığı bir dünyayı hayal etmek zor hale gelmektedir. Burada önemli olan ise çocuğun hangi mecraları kullandığıyla birlikte, hangi içerikleri ve nasıl bir alışkanlıkla takip ettiği. Ayrıca çocuğun sosyalleşme süreci içerisindeki bileşenlerden birinin medya olduğu düşünülürse yeni medya günümüz çocuklarının sosyalleşmesinde önemli bir faktör haline gelmiştir. Çocuklar sosyal hayatlarında var olan ilişkilerini bu mecralara da taşıyarak, çevreleri ile olan bağı kuvvetlendirmektedirler.

## **2.5.Dijital Teknolojilerin Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından Kullanımı**

İletişim alanında yapılan pek çok çalışma sonucu yıllar içerisinde farklı soruların araştırmacılar tarafından sorulmasına ve bu alanın gelişimine katkı sağlamıştır. Bu çalışmalardan biri de Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımıdır.

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı; psikolog Elihu Katz'ın araştırmalarına ve çalışmalarına dayanmaktadır ve en önemli amacı; insanların medya ile ne yaptıklarını belirlemektir. İnsanların toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları olduğunu belirten Katz'a göre insanlar bu ihtiyaçlar sonucunda medyadan ve diğer

kaynaklardan ihtiyaçlarını giderebilmek için çeşitli beklentilere girerler. Bu ihtiyaçlardan bazıları medyaya maruz kalma sonucu giderilmiş olur (Yaylagül, 2014:71).

1959 yılında Elihu Katz'ın; o güne kadar yapılan araştırmalarda “medyanın insanlara ne yaptığı” sorusu yerine “insanlar medya ile ne yapıyor?” sormasıyla Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımının temelleri oluşmaya başlamıştır. Bu yaklaşıma kadar izleyiciler pasif rolde görünüyorlar ve izleyicilerin medya tarafından yönlendirildiği üzerinde durulmaktaydı. Bu yaklaşımla birlikte izleyicinin medyayı kullandığı ve bundan bir doyum sağladığı düşüncesi gelişmeye başlamıştır (Kkkurt, vd., 2009:38).

Mc Quail, Blummer ve Brown (Aktaran:Tokgöz, 2015:285) 1972’de yazdıkları bir makalede; kullanımlar ve doyumla yaklaşımı ile ilgili bazı önemli kategorilerden bahsetmektedirler:

- “ Uzaklaşma (diversion) – rutinden ve sorunlardan kaçma, duygusal boşalma,
- Kişisel ilişkiler – konuşmalarda enformasyonun toplumsal yararlılığı, arkadaşlık yerine medyanın geçmesi,
- Kişisel kimlik veya kişisel psikolojik değerleri pekiştirme veya tekrar kabul etme (reassurance) – kendi kendini alama, gerçekleri arama vs.
- Gözetim – bir şeyi etkileyebilmek bakımından bireye bilgi vererek veya yardım ederek bireyin bir şey yapması veya bir şeyi yerine getirmesi.”

Buna göre medya; insanlara rutinden kaçmak, endişeler veya gerilimlerden uzaklaşmak, problemlerden kurtulmak, medya araçlarıyla komşularımızdan daha çok parasosyal etkileşim içerisinde olmak, enformasyona, tartışmalara katılmak, medya karakterlerinin yaşadıklarını kendi problemlerimizin çözümünde kullanmak ve benzeri şekillerde etkilemektedir (Watson 2003: 63-64, Aktaran: Kkkurt, vd., 2009:38). Bununla birlikte Mc Quail daha sonraki çalışmalarında, bilgi, eğlence, kişisel kimlik, entegrasyon, sosyal etkileşim üzerinde durmaktadır (Kkkurt, vd., 2009:38).

Elihu Katz, Jay Blumer, Michael Gurevitch, Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının klasik düzenleme olarak kabul edilen temel çerçevesini çizmişlerdir. 1975'te oluşturdukları modelde 5 öge yer almaktadır (Aktaran: Tokgöz, 2015:287):

1. “İzleyici aktiftir ve izleyicinin medya kullanımı amaç yönelimlidir.
2. Gereksinim için doyumun, alınan belirli medya kararı ile birleştirilmesi izleyiciye aittir.
3. Medya gereksinimini karşılama bakımından izleyici çeşitli kaynaklarla rekabet etmektedir.
4. Doğru resim verme bakımından uygun kullanımlar için bireylerin kendi medya kullanımlarından, ilgilerinden, kullandıkları motiflerden yeterince farkında olmaları gereklidir.
5. Değerlerin yorumlanmasını yapılırken, izleyici gereksinimlerin karşılanması, bir kitle iletişim aracına ve içeriğine bağlanma şeklinde olmamalıdır.”

Yaklaşım izleyici etken duruma getirmektedir ve medya araçlarındaki mesaj ne kadar güçlü olsa da izleyicinin beklentileri doğrultusunda seçim yapacağı varsayılmaktadır. Bu varsayım ile medyayı üzerindeki sorumluluktan kurtarmış ve sorumluluğun tümünü izleyicilere vermektedir. Bu açıdan pek çok eleştiri alan yaklaşım, zamanla araştırmalarını bireylerin araçları kullanımı, bu araçların bağımlılığı ve bunun davranışlar üzerinde meydana getirdiği sonuçlar üzerinde durmaktadır. Yaklaşım izleyicilerin izlemek istedikleri programları seçerken bilinçli davrandıklarını ve böylelikle aktif olduklarını savunmaktadır (Doğan ve Ertan, 2016:43).

İzleyicinin aktif olduğu üzerinde duran model, izleyicinin medya araçlarıyla önceki deneyimlerine dayanarak seçimler yaptığına dair bazı sayılılar içermektedir. Bu araçları kullanmanın günlük hayattaki gereksinimleri tatmin eden yollardan yalnızca biri olduğu önermesi de bulunmaktadır. Örneğin toplumsal etkileşim veya ilişkiye gereksinim duyma bağlamında medyaya, gerçek yoldaşığa alternatifler sağma veya diğer insanlarla ilişki kurma (medya içeriği hakkında veya bu araçlar yoluyla edinilen enformasyonlarla ilgili sohbet etme) olarak bakıldığı söylenebilmektedir (Mc Quail ve Windahl, 2005:168).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre izleyiciler, medya yayınlarını farklı şekillerde yorumlayarak, verilmek istenen mesajın dışında kendi sonuçlarını

çıkarmaktadır. Yani medya izleyicilerin kendi ihtiyaçlarını gideren bir kaynaktır. Ancak bu yaklaşımın göden kaçırdığı nokta; kontrolü elinde tutan asıl gücün izleyici olmadığıdır. Bununla birlikte medya da izleyiciler için tek mesaj kaynağı değildir. Toplum halinde yaşamakta olan insanlar, çok çeşitli iletişim etkinlikleri gerçekleştirmektedirler. Her zaman belli toplumsal grupların ve sınıfların üyeleri olan izleyiciler medyadan aldıkları mesajları tek başlarına çözümlerler. İzleyiciler, üyesi oldukları grupların diğer üyeleri ile paylaştıkları kültürel kodlar ile çevresini anlamlandırmakta ve medya mesajlarını yorumlamaktadırlar (Yaylagül, 2014:73).

Dijital iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımı, kullanım yaşının giderek düşmesi, kullanıcılar için haytalarının vazgeçilmezi haline gelmesi gibi sebepler göz önüne alındığında, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bu teknolojilerin hangi motivasyonlarla kullanıldığını açıklayabilmek açısından önemli bir yer tutmaktadır.

Bu kapsamda incelendiğinde, bu teknolojileri kullananların hem üretici hem de tüketici konumunda olması, bu yaklaşımı günümüz dünyasında daha da önemli kılmaya başlamaktadır. Günümüzde medya araçlarının çok çeşitliliği, sınırsız içeriğe kolayca ulaşabilmek ve bunlar arasında seçim yapabilme özgürlüğüne sahip olmak gibi olanaklar, bu yaklaşım çerçevesinde kullanım motivasyonlarını açıklamaya çalışmayı da beraberinde getirmeye başlamaktadır.

Bu teknolojileri kullanıyor olmanın bireylerin belirli ihtiyaçlarını gidererek doyum sağlamaya çalıştıkları söylenebilmektedir. Özellikle bilgi alma, dijital teknolojilerin sağladığı sınırsız eğlence unsuru, başka insanlarla kolayca iletişim sağlayarak sosyalleşme ihtiyacı gibi ihtiyaçlar bu teknolojiler ile karşılanabilmektedir.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DİJİTAL TEKNOLOJİLERİ KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ve SOSYALLEŞME: İLKOKUL ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde, yeni teknolojilerin, sosyal ağların; ilköğretim 5, 6, 7 ve 8 sınıf öğrencileri tarafından kullanım alışkanlıkları ve bu teknolojilerin öğrencilerin sosyalleşmesi üzerindeki etkileriyle ilgili bulguları ortaya konmaktadır. Araştırmanın problem, amaç, yöntem ve örneklemeden bahsedilerek, elde edilen bulgular tablolarla açıklanmaktadır.

Araştırmanın ilk kısmında çocukların cinsiyetleri, yaşları, devam ettikleri sınıf düzeyleri, hangi tür bir okula gittikleri, hangi şehirde yaşadıklarını belirlemek için etkinliklere devam ettikleri Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) etkinlik noktasıyla ilgili genel bulgular ortaya konmuştur. Bu demografik verilerin ardından; evlerinde kolayca ulaşabildikleri araçlar, kendilerine ait akıllı telefon, tablet, bilgisayar gibi yeni teknoloji araçlarına sahip olup olmadıkları; ebeveynlerinin kullanmayı en çok tercih ettikleri araçlar, çocukların sosyal ağlarda kendilerine ait hesapları olup olmadığı ve bu ağlarda her gün düzenli vakit geçirip geçirmediği, ilk defa kaç yaşında bu hesapları kullanmaya başladıkları, en fazla hangi sosyal ağda vakit geçirdiği ve en çok neler yaptığı ile ilgili genel profil bulguları elde edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın bir sonraki kısmında ise yapılan faktör analizi sonucunda çocukların, bu teknolojileri hangi faktörlerde yoğunlukta kullandıkları ve sosyalleşme süreci üzerindeki tutumları ortaya konmaya çalışılmıştır.

#### 3.1.Araştırma Problemi

Her geçen gün daha da gelişmekte olan dijital teknolojiler, hem yetişkinler için hem de çocuklar için vazgeçilmez araçlar haline gelmektedir. “Dijital Çağ” olarak da adlandırılan günümüz dünyasında, çocuklar için bu teknolojiler bir “yenilik” değil aksine hayatın içindeki sıradan araçlardır. Bu sebeple de çocukların gelişimi içerisinde önemli bir süreç olan sosyalleşme olgusu, çoğunlukla bu

teknolojiler üzerinden gelişmektedir. Bu çalışma, dijital teknolojilerin çocukların sosyalleşmesi üzerinde nasıl bir etkisi olduğu ve çocukların bu teknolojileri kullanım şekilleri üzerinde durmaktadır.

### **3.2.Araştırmanın Önemi**

Dijital teknolojilerin hayatımızın her alanına etki etmekle birlikte hem kullanım açısından çok büyük kolaylıklar sağlamakta hem de çok kolay şekilde isteyen herkes bu teknolojilere ulaşabilmektedir. Özellikle iletişim alanında zaman ve mekan gibi kısıtlamaların kalmaması, günlük hayatımızı çok kolaylaştırırken; çocuklar için de pek çok yeni kavramı ve davranış biçimini beraberinde getirmektedir. Bu sebeple çocukların bu yeni teknolojileri ne şekilde kullandıkları, ne kadar bilinçli oldukları gibi konular giderek önem kazanmaktadır. Bu çalışma ile her alanda giderek önemi artan dijital teknolojilerin çocukların sosyalleşmesinde nasıl bir etkisi olduğunu ve çocukların bu teknolojileri ne şekilde kullandıklarını ortaya koymaya çalışmaktadır.

### **3.3.Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı giderek hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen dijital iletişim teknolojilerinin ilköğretim 5, 6, 7 ve 8 sınıf öğrencileri tarafından kullanım alışkanlıklarını belirlemek ve bu teknolojilerin öğrencilerin sosyalleşmesi üzerinde nasıl etkiler yarattığını ortaya koymaktır.

Bu amaç kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Çocuklar dijital iletişim teknolojilerinde hangi mecraları, ne kadar sıklıkla hangi amaçlarla kullanmaktadırlar?
- Dijital iletişim teknoloji kullanım oranlarının ve kullanım türlerinin çocukların cinsiyetleri ile nasıl bir bağlantısı vardır?
- Dijital iletişim teknoloji kullanım oranlarının ve kullanım türlerinin çocukların yaşları ile nasıl bir bağlantısı vardır?
- Çocuklar dijital teknolojileri hangi motivasyon ile kullanıyorlar?
- Dijital teknolojileri çocuklar sosyalleşme amacıyla kullanıyorlar mı?

- Dijital teknolojilerin kullanımının çocukların çevreleri ile iletişimlerinde bir etkisi bulunmakta mıdır?

### **3.4.Sayıtlar**

Bu çalışma aşağıdaki sayıtlar doğrultusunda gerçekleştirilmiştir;

- Çocukların çoğunun en az bir tane kendisine ait sosyal ağ hesabı vardır.
- Çocuklar sosyal ağları arkadaşlarıyla iletişimlerini sürdürmek için kullanmaktadırlar.
- Çocukların çoğunluğu bilgisayar, internet bağlantısı, akıllı telefon, tablet gibi araçlara sahiptir ya da kolayca ulaşabilmektedir.
- Çocuklar dijital teknolojileri en çok eğlenmek, arkadaşlarıyla iletişim kurmak ve bilgi edinmek için kullanmaktadır.

### **3.5.Sınırlılıklar**

Çalışmada dijital teknolojilerinin gelişim aşamaları, sosyalleşme gibi kavramları kuramsal olarak ele alınmaktadır.

Çalışma, pek çok farklı profilde çocuğun bir arada bulunması sebebiyle Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nın İstanbul ve Van illerinde bulunan etkinlik noktalarındaki, ilköğretim 5, 6, 7 ve 8. sınıf çocukları ile gerçekleştirilmiştir. Vakıf bünyesinde hem özel okul hem de devlet okulunda eğitimlerine devam eden çocuklar bulunduğu için araştırmada çocuğun hangi tür okula gittiği sorulmaktadır. Bununla birlikte bu durum araştırmada bir karşılaştırma değişkeni olarak kullanılmamaktadır. Dijital teknolojileri yasal olarak kullanma yaşı 13 olmasına rağmen pek çok araştırma göstermektedir ki, bu teknolojileri kullanım yaşı oldukça düşmüştür. Hem bu sebeple hem de Piaget'in gelişim dönemleri kuramına göre 11 yaş ve üzeri çocukların Soyut İşlem Dönemi'ne dahil edilmesi ve bu dönemin bilişsel özelliklerini taşıyor olmaları sebebiyle çalışma ilköğretim 5, 6, 7 ve 8. sınıf çocuklarıyla yapılmıştır. Piaget'e göre 11 yaş ve üzeri çocuklar Soyut İşlem Dönemi'nde sayılmasına rağmen, bazı çocukların okula erken yaşlarda başlamaları

sebebiyle; 5.sınıfta okumasına rağmen 10 yaşında olan çocuklar da çalışmaya dahil edilmiştir.

Bununla birlikte araştırma, çocukların dijital teknolojileri kullanım alışkanlıkları ve sosyalleşme süreci üzerinde durmasına rağmen, bulgular kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının genel çerçevesiyle benzerlik göstermektedir. Bu sebeple de yaklaşım genel hatlarıyla tartışmaya dahil edilmiştir.

Anket, her iki şehirde toplamda 165 çocuğa uygulanmıştır. Ancak 17 çocuğun herhangi bir sosyal ağ hesabı bulunmadığı için, anketleri analizden çıkartılmıştır. Bu sebeple toplam 148 çocuğun anketi değerlendirmeye alınmıştır. Sosyal ağlarda hesabı olmayan 17 çocuğun tamamı Van'da yaşamaktadır.

### **3.6.Yöntem**

Bu çalışma bir alan araştırması olmakla birlikte, survey (anket) yöntemiyle veri elde edilmiştir. Çalışmada uygulanan anket ile, ilkokul çocuklarının dijital teknolojileri kullanım alışkanlıkları ve kullanımların sosyalleşme ile ilişkisi üzerine bulgular elde edilmeye çalışılmıştır.

#### **3.6.1 Araştırma Modeli**

Bu çalışma, çok değişkenli istatistik faktör analizi içeren tarama modeline göre gerçekleştirilmiştir.

#### **3.6.2 Evren / Örneklem**

Araştırma evrenini, sosyal ağları kullanan 5,6,7,8. sınıf ilkokul çocukları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini TEGV; alt evrenini ise İstanbul ve Van ilindeki etkinlik noktalarında etkinliklere devam eden; sosyal ağları kullanan 5,6,7 ve 8. sınıf çocuklarından oluşmaktadır. Araştırma 148 çocuk ile gerçekleştirilmiştir. Çocuklar 10-14 yaş aralığındadırlar. Araştırma da Türkiye'deki iki farklı il seçilmiştir. Bu iller genel itibariye ülkenin batı ve doğusundaki büyük iki şehir olmakla birlikte sosyoekonomik olarak iki farklı ucu temsil etmektedir.

Literatür incelendiğinde örneklem büyüklüğünün, gözlenen değişken sayısının en az beş katı olması gerektiği genel olarak kabul edilmektedir. Ayrıca faktörler belirgin olduğunda ve değişken sayısı fazla olmadığında 100 – 200 arası bir örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2002:480).

Bu kapsamda 148 kişilik bir örneklemin 17 maddelik bir ölçek için kabul edilebilir olduğu söylenebilmektedir. Bununla birlikte örneklem büyüklüğünün yeterliliğini ve faktör analizi için uygun olup olmadığını ölçmek için yapılan KMO ve Barlett's testi, örneklemin istatistiksel olarak yeterli olduğunu ortaya koymuştur.

Elde edilen faktörlerin belirgin ve kendi içinde anlamlı sonuçlar vermiş olduğu ortaya çıkmıştır.

Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı 1995 yılından bu yana Türkiye'nin pek çok ilinde ilkokul çağı çocuklarına ücretsiz eğitim desteği vermektedir. Devlet tarafından verilen temel eğitime destek olmak amacıyla kurulmuş olan TEGV, bilişim, sanat, matematik, fen, okuma alanlarında çocuklarla etkinlikler gerçekleştirmektedir. Bu çalışmayı gerçekleştiren araştırmacının profesyonel olarak vakıfta çalışıyor olması, faaliyet gösterilen illerde sosyo-ekonomik olarak pek çok farklı profilden çocuğa ulaşılabilme imkanı sağladığından; vakıfta etkinliklere katılan çocuklarla çalışma gerçekleştirilmiştir.

### **3.6.3 Veri Toplama Aracı**

Bu çalışmada, dijital teknolojileri kullanım alışkanlıkları ve sosyalleşmeye yönelik bilgi alma ve tutumlarını ölçmek amaçlı araştırmacı tarafından geliştirilen anket, veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılacak anketin tutarlı olması, sorular hazırlanmadan önce aynı konu ile ilgili yapılmış diğer anketlerden faydalanılması kaliteyi arttırmaktadır. Anketin tutarlı olması için; araştırma için belirlenmiş problemin ve evrenden seçilecek örneklerin net olarak tanımlanması gerekmektedir. Anket, araştırma amacı belirlenmeden oluşturulmamalıdır. Amaç doğrultusunda hangi soruların ankete dahil edileceğine veya hariç tutulacağına karar verilmektedir. Aynı konuyla ilgili daha önce yapılmış benzer çalışmaların, anketlerin incelenmesi, konuyla ilgili teorileri gözden geçirmek, uzman görüşleri almak; ankete gereksiz soruların yazılmasını ve

yazılması gerekli soruların da gözden kaçmasını engellemek hususunda yararlı olmaktadır (Bachman ve Scahutt, 2003; Aktaran: Sevinç, 2009:264).

Bu kapsamda öncelikle araştırmanın konusuyla ilgili alan yazınında daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Hem sosyalleşme ve sosyal ağlar ile ilgili teorik bilgiler hem de alanda yapılmış araştırmalar incelenmiştir.

Anketin madde havuzu kesinleştirilmeden önce yarı yapılandırılmış bir çalışma 25 çocuk ile gerçekleştirilmiştir. Bu ön çalışmada çocukların sosyal ağları hangi şekillerde kullandıkları ve bu ağlardaki sosyalleşme ile ilgili görüşleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu çalışma sonucunda çocukların bu teknolojileri en çok; bilgi edinmek, araştırma yapmak, video izlemek, oyun oynamak, boş zamanlarını değerlendirmek ve arkadaşlarıyla iletişim kurmak için kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Balcı ve Ayhan'ın (2007) ve Bardakçı'nın (2010) maddeleri incelenerek ön çalışma sonucu çıkan benzer maddelerle karşılaştırılmıştır. Daha önce yapılmış bu çalışmalar, üniversite öğrencileriyle gerçekleştirildiği için; araştırmacı belirlenen yaş grubuna uygun ve kolayca anlayabileceği madde havuzunu kendi oluşturmuştur. Madde havuzunun oluşturulmasında; focus grupla yapılmış olan yarı yapılandırılmış çalışmadan çıkan sonuçlardan faydalanılmıştır.

Oluşturulan anket için bir eğitim bilim ve bir iletişim bilimi uzmanından görüş alınarak; çocuklar için gerekli düzenlemeler gerçekleştirilmiştir.

Anket iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama; çocukların yaşı, cinsiyeti, sınıf düzeyi, yaşadığı şehir, evlerinde kolayca ulaşabildikleri araçlar, kendilerine ait herhangi bir yeni teknoloji araçlarına sahip olup olmadıkları; ebeveynlerinin kullanmayı en çok tercih ettikleri araçlar, çocukların sosyal ağlarda kendilerine ait hesapları olup olmadığı ve bu ağlarda her gün düzenli vakit geçirip geçirmediği, ilk defa kaç yaşında bu hesapları kullanmaya başladıkları, en fazla hangi sosyal ağda vakit geçirdiği ve en çok neler yaptığı ile ilgili genel profil bulguları elde edilmeye amaçlayan 15 sorudan oluşmaktadır.

İkinci aşamada ise 29 maddelik beşli likert tipinde tutum ölçmek amaçlı hazırlanmış bir anket bulunmaktadır. Bu ankette kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4), kesinlikle katılıyorum (5) cevapları alınmıştır.

Toplanan tüm veriler, nicel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın yapı geçerliliği faktör analiziyle ortaya konmuştur ve güvenilirlik hesaplaması yapılmıştır.

### **3.6.4.Verilerin Analizi**

Araştırma verileri analiz edilirken çocukların yaşı, cinsiyeti, sınıf düzeyi, yaşadığı şehir, evlerinde kolayca ulaşabildikleri araçlar, kendilerine ait herhangi bir yeni teknoloji araçlarına sahip olup olmadıkları; ebeveynlerinin kullanmayı en çok tercih ettikleri araçlar, çocukların sosyal ağlarda kendilerine ait hesapları olup olmadığı ve bu ağlarda her gün düzenli vakit geçirip geçirmediği, ilk defa kaç yaşında bu hesapları kullanmaya başladıkları, en fazla hangi sosyal ağda vakit geçirdiği ve en çok neler yaptığı ile ilgili genel bilgilerin elde edilmek istendiği birinci kısım; betimleyici tablolar aracılığıyla açıklanmıştır. Bu tablolarda frekans dağılımları ve geçerli yüzdelere yer verilmiştir.

TEGV’de etkinliklere katılan çocukların hangi amaçlarla bu teknolojileri kullandıkları ve sosyalleşme ile ilgili faktörleri belirlemek için faktör analizi yapılmıştır.

Faktörler arasındaki ilişkiyi, ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

Değişkenler ve faktörler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla T Testi ve tek yönlü ANOVA testlerinden faydalanılmıştır.

Gerçekleştirilen ANOVA testleri sonucunda farklılık bulunması durumunda farklılığın yönünü bulabilmek amacıyla post hoc testinden yararlanılmıştır.

Veriler, SPSS 24.0 istatistik programı kullanılarak çözümlenmiştir. Belirlenen alt amaç cümlelerine uygun analizler elde edilmiş ve yorumlanmıştır.

Birbirleriyle ilişkili olan çok sayıda değişkeni bir araya toplayarak; az sayıda yeni ve kavramsal olarak benzer yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı amaçlayan çok değişkenli istatistik faktör analizi olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2002:472).

Araştırmaya katılan çocukların sosyalleşme süreçlerini ve yeni teknolojileri kullanımlarını ölçmek için 29 maddelik likert tipi ölçeğe keşfedici faktör analizi uygulanmıştır.

Uygulanan faktör analizi incelendiğinde, 4 farklı faktör elde edilmiştir. Öz değeri 1'den yukarıda olan faktörler kabul edilmiştir.

Belirlenen faktörler ve bu faktörlerin ortalaması yapılan analiz ile ortaya konmuştur.

Tablo 5. Faktörler ve ortalamaları

	<b>Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi</b>	<b>Sosyalleşme</b>	<b>Bilgi Edinme</b>	<b>Araştırma - Etkileşim</b>
Sosyal ağlarda vakit geçirmek beni rahatlatır	,761			
Sosyal ağları kullanmak can sıkıntımı giderir	,746			
Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü kafa dağıtmamı sağlıyor	,743			
Sosyal ağları kullanmak beni mutlu ediyor.	,636			
Sosyal ağları kullanarak arkadaşlarımla kolayca ve sürekli iletişim kurabilirim	,621			
Boş zamanlarımı sosyal ağlarda geçirmek beni eğlendiriyor.	,596			
Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü kendimi bilgili hissetmemi sağlar.	,541			
Sosyal ağları kullanmak boş zamanlarımı değerlendirmemi sağlar.	,530			



Sosyal ağları kullanmazsam kendimi sosyal çevremden dışlanmış hissederim.	,770
Sosyal ağlar arkadaşlarımla olan iletişimimi ve bağımı arttırır.	,672
Okul dışındaki zamanlarımın çoğunda sosyal ağları kullanarak vakit geçiririm.	,614
Sosyal ağlar sayesinde istediğim her konu hakkında kolayca araştırma yapabilirim.	,665
Çevremdeki gelişmeler / etkinlikler hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal ağları kullanırım	,651
Sosyal ağları kullanarak başka hiçbir yerde bulamayacağım pek çok bilgiye ulaşıyorum.	,569
Sosyal ağlar herhangi bir konuda merakımı gidermeme yardımcı olur.	,501
Sosyal ağları kullanmak sosyalleşmemi sağlar.	,653
Sosyal ağlardan edindiğim bilgileri arkadaşlarımla paylaşmak beni mutlu ediyor.	,618
Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü aradığım her şeyi bulabiliyorum.	,546

Bu çalışmada faktör analizine sokulan maddelerin faktör yükü 0,50'nin altındaki maddeler çıkartılmış. Tekrar faktör analizi yapılmış ve kalan 17 madde ile çalışmaya devam edilmiştir. Bu analiz ile aynı anda birden fazla faktöre yüklenen madde olmadığı görülmüştür.

Faktör yükü 0,50'nin altında olan ve değerlendirmeye alınmayan maddeler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Sosyal ağları kullanmam yasaklanırsa kendimi mutsuz hissederim.
- Sosyal ağları kullanarak yeni insanlarla tanışıyorum.
- Sosyal ağlarda derslerime yardımcı olacak bilgilere ulaşırım.
- Sosyal ağları oyun oynamak için kullanırım.
- Sosyal ağlarda vakit geçirmek arkadaşlarımla vakit geçirmekten daha eğlencelidir.
- Sosyal ağları kullanmak sosyalleşmemi sağlar.
- Sosyal ağları kullanmayı sevmiyorum çünkü vaktimi boşa harcamış gibi hissediyorum.
- Sosyal ağlarda tanıştığım yeni insanlarla, yüz yüze de görüşürüm.
- Sosyal ağları kullanarak araştırma yapmayı güvenli bulmuyorum
- Ailemdeki insanları sosyal ağlarda takip ederim / eklerim.
- Sadece yüz yüze tanıştığım insanlarla sosyal ağlarda iletişim kurarım.
- Ailemdeki insanların sosyal ağlarda beni takip etmesini istemem.

Değerlendirmeye alınan maddelerin bulunduğu faktörlerin isimleri belirlenirken, en fazla faktör yükü olan maddeler dikkate alınmıştır. Bu kapsamda faktör alt boyutlarının isimleri, eğlence – boş zaman aktivitesi, sosyalleşme, bilgi edinme, araştırma – etkileşim olarak belirlenmiştir.

Tablo 6. Cronbach Değeri

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N</i>
0,903	17

Faktör analizine dâhil edilen maddelerin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's a) 0,903 olarak bulunmuştur. Bu değer, güvenilirlik açısından yüksek bir değer olarak kabul edilmektedir. (Durmuş vd, 2016:89)

Bununla birlikte her bir faktör için ayrı ayrı güvenilirlik analizi yapılmış ve her bir faktörün güvenilirlik kat sayısının kabul edilebilir değerde olduğu görülmüştür. Faktörlerin varyansına bakıldığında toplamın en düşük %50 olması kabul edilebilir oran olduğundan; %58,632'lik toplam varyans geçerli bir oran olarak değerlendirilebilmektedir.

Tablo 7. Faktör Güvenilirliği

<b>FAKTÖRLER</b>	<b>A</b>	<b>Öz değer</b>	<b>Varyans Yüzdesi (%)</b>	<b>Toplam Yüzde (%)</b>
<i>Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi</i>	,877	4,137	22,985	22,985
<i>Sosyalleşme</i>	,729	2,371	13,171	36,156
<i>Bilgi Edinme</i>	,599	2,138	11,878	48,035
<i>Araştırma - Etkileşim</i>	,686	1,908	10,598	58,632

Faktör varyansları tek tek ele alındığında, eğlence - boş zaman aktivitesi faktörüne bakıldığında toplam varyansın %22,985'ini, sosyalleşme faktörü %13,171'ini, bilgi edinme faktörü %11,878'ini, araştırma-etkileşim faktörü %10,598'ini kapsamaktadır.

Faktör öz değerlerine bakıldığında ise; eğlence – boş zaman aktivitesi öz değerinin 4,137; sosyalleşme faktörünün 2,371; bilgi edinme faktörünün 2,138; araştırma – etkileşim faktörünün ise 1,908 olduğu görülmektedir.

Tablo 8. KMO ve Bartlett's testi

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Uygunluk Ölçüsü</i>	,883
<i>Bartlett's Küresellik Testi Yaklaşık Ki - Kare</i>	1051,249
<i>Serbestlik derecesi (df)</i>	153
<i>Anlamlılık (Sig.)</i>	,000

Tablo 8’de ise anketin uygulandığı örneklemin yeterliliğini ve faktör analizine uygunluğunu gösteren KMO ve Bartlett’s testi bulunmaktadır. Tavşancıl’a göre (2002:50), 0,60 orta; 0,70 iyi; 0,80 çok iyi; 0,90 ise mükemmel olarak değerlendirilebilen KMO değerleridir. Buna göre; ,883’lük KMO değeri için iyi bir değerdir ve anketin yapıldığı örneklemin yeterliği olduğunu göstermektedir. Ölçeğin Bartlett’s testi 1051,249’dur. Ayrıca anlamlılık düzeyi ,000’dır. Bu verilerin tümü ölçeğin faktör analizi için uygunluğunu işaret etmektedir.

### 3.7.Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, çocuklarla gerçekleştirilen anket çalışmasının bulgularına yer verilmektedir.

#### 3.7.1. Cinsiyet, Yaş, Sınıf Düzeyi, Okul Türü, Şehir Bilgisi Frekans ve Yüzdelik Dağılım

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan çocukların cinsiyet, yaş ve sınıf düzeyleri oranları tablolar ile belirtilmiştir.

Tablo 9.Araştırmaya katılan çocukların cinsiyet dağılımları

<i>CİNSİYET</i>	<i>F</i>	<i>Geçerli yüzde (%)</i>
<i>Kız</i>	79	53,4
<i>Erkek</i>	69	46,6
<i>Toplam</i>	148	100

Araştırmaya katılan çocukların %53,4’ü yani 79 tanesi kız; %46’lık dilim olan 69 çocuk da erkektir. Sayıların birbirine yakın olması anketin güvenilirliği için önemli bir değerdir.

Tablo 10. Araştırmaya katılan çocukların yaş düzeyleri

<i>YAŞ</i>	<i>F</i>	<i>Geçerli Yüzde (%)</i>
10 yaş	13	8,8
11 yaş	36	24,3
12 yaş	55	37,2
13 yaş	37	25,0
14 yaş	7	4,7
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların %8,8 (13)'ü 10 yaşında; %24,3 (36)'ü 11 yaşında; %37,2 (55)'si 12 yaşında; %25 (37)'i 13 yaşında; %4,7 (7)'si 14 yaşındadır.

Tablo 11. Araştırmaya katılan çocukların sınıf düzeyleri

<i>SINIF</i>	<i>F</i>	<i>Geçerli Yüzde (%)</i>
5	31	20,9
6	58	39,2
7	52	35,1
8	7	4,7
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların %20'si (31) 5.sınıfta; %39,2'si (58) 6.sınıfta, %35,1'i (52) 7.sınıfta, %4,7'si (7) 8.sınıfta öğrenim görmektedir. 8. Sınıf çocuklarının liseye giriş sınavları sebebiyle TEGV etkinlik noktalarına diğer yaş grupları kadar yoğunlukta gelememektedirler.

Tablo 12. Araştırmaya katılan çocukların okul türleri

<i>OKUL</i>	<i>F</i>	<i>Geçerli Yüzde (%)</i>
Devlet	138	93,2
Özel	10	6,8
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların %93,2 (138)'i devlet okuluna; %6,8 (10) özel okula devam etmektedir. TEGV pek çok farklı profilde çocuğu etkinliklerine dahil ettiği için bu ayrıma bakılmıştır. Ancak analizlerde değişken olarak kullanılmamıştır.

Tablo13. Araştırmaya katılan çocukların şehir bilgileri

<i>TEGV Etkinlik Noktası</i>	<i>F</i>	<i>Geçerli Yüzde (%)</i>
Ferit Aysan Eğitim Parkı	59	39,9
Zeyrek Öğrenim Birimi	9	6,1
Van Eğitim Parkı	70	47,3
İpek Kıraç Öğrenim Birimi	10	6,8
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırma TEGV'in İstanbul ve Van illerindeki etkinliklere katılan çocuklar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Van'da tek bir etkinlik noktası olduğu için araştırmaya katılanların %47,3 (70)'i bu ilde bulunmaktadır. İstanbul'da ise 3 farklı etkinlik noktasından çocuklar araştırmaya katılmıştır. Bu noktaların fiziki büyüklüğü ve çocuk kapasiteleri birbirinden farklı olduğu için etkinlik noktası bazında sayılar birbirinden farklılık göstermiştir. Ferit Aysan Parkı'ndan katılan 59 çocuk %39,9'u; Zeyrek Öğrenim Birimi'nden katılan 9 çocuk %6,1'i; İpek Kıraç Öğrenim Birimi'nden katılan 10 çocuk ise %6,8'i ifade etmektedir. Bu üç noktanın toplamına baktığımızda ise %52,8 (78) oranı İstanbul'dan katılan çocukların toplam oranı vermektedir. Bu kapsamda incelediğimizde her iki ilden katılan çocukların oranının birbirine yakın olduğu gözlenmektedir.

### **3.7.2.Dijital Teknolojileri Kullanım Profilleri**

Araştırmanın bu bölümünde ankette 6 - 15 aralığında bulunan soruların cevapları analiz edilerek çocukların genel kullanım alışkanlıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 14. Araştırmaya katılan çocukların evlerinde ulaşabildiği araçlar

<b>İNTERNET</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	44	29,7
<i>Evet</i>	104	70,3
<i>Toplam</i>	148	100,0
<b>AKILLI TELEFON</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	17	11,5
<i>Evet</i>	131	88,5
<i>Toplam</i>	148	100,0
<b>TABLET</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	60	40,5
<i>Evet</i>	88	59,5
<i>Toplam</i>	148	100,0
<b>BİLGİSAYAR</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	63	42,6
<i>Evet</i>	85	57,4
<i>Toplam</i>	148	100,0
<b>HIÇBİRİ</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	144	97,3
<i>Evet</i>	4	2,7
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların, evlerinde kendilerine ait olmasa bile kolayca ulaşabildikleri dijital araçların kullanım oranlarına Tablo 14’te yer verilmektedir. Buna göre çocukların %29,7 (44)’sinin evinde internet bulunmazken, %70,3 (104) evinde internet bağlantısının bulunduğu ve bunu kullanabildiğini belirtmiştir. Çocukların %11,5 (17)’si akıllı telefona ulaşamazken; %88,5 (131)’u akıllı bir telefona ulaşabildiğini ifade etmektedir. Çocukların %40,5 (60)’i tablete ulaşamazken, %59,5 (88)’i ulaşabildiğini ifade etmektedir. Bilgisayar kullanımına bakıldığında, %42,6 (63)’ü ulaşamazken, %57,4 (85)’i bilgisayar kullandığını ifade etmektedir. Bununla birlikte hiçbirini kullanmayan çocukların oranına bakıldığında, %97,63 (144) çocuk hayır cevabını verirken, %2,7 (4) çocuk ise evet cevabını vermiştir. Yani araştırmaya katılan çocukların sadece 4 tanesini hiçbirine ulaşamamaktadır.

Tablo 15.Kişisel olarak sahip oldukları araçlar

<b>AKILLI TELEFON</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
Hayır	75	50,7
Evet	73	49,3
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>
<b>TABLET</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
Hayır	68	45,9
Evet	80	54,1
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>
<b>BİLGİSAYAR</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
Hayır	90	60,8
Evet	58	39,2
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan çocukların %50,7 (75)'i akıllı telefona sahip değilken, %49,3 (73) oran akıllı telefon sahibi olduklarını belirtmişlerdir. %45,9'u (68) tablete kişisel olarak sahip olmadıklarını belirtirken; %54,1'i (80) tablet sahibi olduklarını belirtmişlerdir. Kişisel bir bilgisayar sahibi olup olmadıklarına dair verilere bakıldığında; %60,8'i (90) sahip olmadıklarını, %39,2'si (58) kişisel bilgisayarlarının olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 16.Annenin en çok kullandığı araçlar

<b>AKILLI TELEFON</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
Hayır	17	11,5
Evet	131	88,5
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>
<b>TABLET</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
Hayır	144	97,3
Evet	4	2,7
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>
<b>BİLGİSAYAR</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
Hayır	145	98,0
Evet	3	2,0
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>
<b>HİÇBİRİ</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
Hayır	136	91,9
Evet	12	8,1
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>



Araştırmaya katılan çocukların annelerinin en çok kullandığı araçlara bakıldığında; %11,5'i (17) akıllı telefon kullanmazken; %88,5'i (131) akıllı telefon kullandığı ortaya çıkmıştır. Tablet kullanım oranına bakıldığında ise, %97,3'ü (144) tablet kullanmazken; %2,7'si (4) kullanmaktadır. Bununla birlikte benzer bir sonuç bilgisayar kullanımı için de geçerlidir. %98,2 (145) bilgisayar kullanmazken %2'si (3) kullanmaktadır. Ayrıca %8,1'i belirtilen araçların hiçbirini kullanmazken %91,9'u (136) "Hiçbiri" seçeneğine hayır cevabını vermiştir.

Tablo 17.Babanın en çok kullandığı araçlar

<b>AKILLI TELEFON</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	22	14,9
<i>Evet</i>	126	85,1
<i>Toplam</i>	148	100,0
<b>TABLET</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	146	98,6
<i>Evet</i>	2	1,4
<i>Toplam</i>	148	100,0
<b>BİLGİSAYAR</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	129	87,2
<i>Evet</i>	19	12,8
<i>Toplam</i>	148	100,0
<b>HİÇBİRİ</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	140	94,6
<i>Evet</i>	8	5,4
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların babalarının kullandıkları araçlara bakıldığında, anne ile benzer sonuçlara rastlanmaktadır. Akıllı telefon kullanım oranlarına bakıldığında %85,1'i (126) kullanırken, 14,9'u (22) kullanmadığını belirtmektedir. %98,6 (146) tablet kullanmazken, sadece %1,4 (2) kullandığını belirtmiştir. Bilgisayar kullanımına bakıldığında, %87,2 'si (129) hayır cevabını verirken, %12,8 (19) kullandığını belirtmiştir. Hiçbiri cevabına bakıldığında ise sadece %5,4'ü (8) hiçbir aracı kullanmazken, %94,6 (140) hayır cevabını vermiştir.

Sosyal öğrenme kuramına göre çocuk çevresini, en yakınlarını gözlemleyerek sosyalleşme sürecine dahil olmaktadır. Bu kapsamda hem araştırmaya katılan çocuğun hem de ebeveynlerinin hangi araçları en çok kullandığı sonuçlarına bakılmaya çalışılmıştır.

Tablo 18. Sosyal medya hesabına sahip olma

<b>SOSYAL MEDYA HESABIN VAR MI?</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Evet</i>	148	100,0
<i>Hayır</i>	0,0	0,0
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan 165 çocuğun 17'sinin sosyal medya hesabı olmadığı için değerlendirmeye alınmamışlardır. Kalan 148 çocuğun hepsinin kendine ait bir sosyal medya hesabı bulunmaktadır.

Tablo 19. İnternette/sosyal ağlarda günlük vakit geçirme oranı

<b>GÜNDE ORTALAMA KAÇ SAAT İNTERNETTE / SOSYAL MEDYADA VAKİT GEÇİRİYORSUN?</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>1 saatten az</i>	39	26,4
<i>1 saat</i>	21	14,2
<i>1-2 saat</i>	54	36,5
<i>3-4 saat</i>	17	11,5
<i>4 saatten fazla</i>	12	8,1
<i>Hiç</i>	5	3,4
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların günlük olarak internette veya sosyal ağlarda vakit geçirme oranlarına bakıldığında; en çok oran %36,5 (54) ile 1-2 saat kullanım oranıdır. Onu takip eden ise; %26,4 (39) ile 1 saatten az seçeneğidir. Günlük 1 saat kullanan çocukları oranı ise %14,2 (21)'dir. İnternette veya sosyal ağlarda 3 – 4 saat vakit geçiren çocukların oranı ise %11,5 (17)'dir. Araştırmaya katılan çocukların %8,1'i (12) 4 saatten fazla vakit geçirirken; %3,4'ü (5) hiç vakit geçirmediğini belirtmektedir.

Tablo 20. Sosyal ağırları düzenli kullanım oranları

<b>HER GÜN DÜZENLİ OLARAK SOSYAL AĞLARDA VAKİT GEÇİRİYOR MUSUN?</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Hayır</i>	69	46,6
<i>Evet</i>	79	53,4
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların her gün düzenli olarak sosyal ağırları kullanım oranlarına bakıldığında %46,6'sı (69) her gün düzenli olarak kullanmadığını ifade etmektedir. %53,4'ü (79) ise her gün düzenli olarak sosyal ağırları kullandığını belirtmektedir.

Tablo 21. İlk defa sosyal ağırları kullanım yaşları oranları

<b>İLK DEFA KAÇ YAŞINDA SOSYAL AĞLARDA HESAP AÇTIN?</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>7-8 yaş</i>	30	20,3
<i>9-10 yaş</i>	47	31,8
<i>11-12 yaş</i>	71	48,0
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların ilk defa kaç yaşında sosyal ağırları kullanmaya başladığına bakıldığında; en yüksek oran %48 (71) ile 11-12 yaştır. Çocukların %31,8'si (47) 9-10 yaşlarındayken kullanmaya başlamışken; %20,3'sü (30) ise 7-8 yaşında sosyal ağırları kullanmaya başlamıştır. Sosyal ağırları kullanım yaşı 13 olmasına rağmen çocuklarının hepsinin daha küçük yaşlarda kullanmaya başladığı görülmektedir. Bu durumda bu ağlara üye olabilmek için bu ağların üyelik kısımlarındaki doğum tarihi ile ilgili bölümde yaşlarını olduğundan büyük girmişlerdir.

Tablo 22.En çok kullanılan sosyal ağlar

<b>AŞAĞIDAKİ SOSYAL AĞLARDAN EN ÇOK HANGİSİNİ KULLANIRSIN?</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Facebook</i>	6	4,1
<i>Instagram</i>	45	30,4
<i>YouTube</i>	86	58,1
<i>Whatsapp</i>	11	7,4
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların en çok kullandıkları sosyal ağa baktığımızda, %58,1'i (86) en çok YouTube'u kullanmaktadırlar. En çok kullanılan ikinci sosyal ağ olan Instagram'ı ise çocukların % 30,4'ü (45) kullanmaktadır. Çocukların %7,4'ünün (11) en çok kullandığı ağ Whatsapp iken; %4,1'nin (6) en çok kullandığı ağ Facebook'tur.

Tablo 23.Sosyal ağlarda en çok neler yapıldığı

<b>SOSYAL AĞLAR ÜZERİNDEN EN ÇOK HANGİSİNİ YAPARSIN?</b>	<b>F</b>	<b>Geçerli Yüzde (%)</b>
<i>Merak ettiğim konularda bilgi edinirim</i>	15	10,1
<i>Derslerimle ilgili araştırma yaparım</i>	22	14,9
<i>Online (çevrimiçi) oyun oynarım</i>	22	14,9
<i>Video izlerim</i>	31	20,9
<i>Arkadaşlarımla sohbet ederim</i>	24	16,2
<i>Sosyal medyada vakit geçiririm</i>	10	6,8
<i>Müzik dinlerim</i>	15	10,1
<i>Film / dizi izlerim</i>	9	6,1
<i>Toplam</i>	148	100,0

Araştırmaya katılan çocukların %20,9'u (31) sosyal ağlarda en çok video izlemektedir. Çocukların %16,2'si ise sosyal ağlarda en çok arkadaşlarıyla sohbet etmektedir. Çocukların %14,9'u dersleriyle ilgili araştırma yaparken aynı oranda çocuk online (çevrimiçi) oyun oynamak için sosyal ağları kullanmaktadır. Çocukların %10,1'i (15) sosyal ağlarda en çok müzik dinlemekte; %6,8'i (10)

sadece vakit geçirmek için sosyal ağları kullanmaktadır. Sosyal ağları film /dizi izlemek için kullananlar ise çocukların %6,1'ini (9) oluşturmaktadır.

Tablo 22 ve 23'e bakıldığında çocukların en çok kullandıkları sosyal ağ YouTube'dur ve sosyal ağları en çok video izlemek için kullanmaktadırlar. Bu kapsamda çocuklar en çok eğlenmek için sosyal ağları kullanmaktadırlar. Bununla birlikte sosyal ağlarda ikinci en çok yapılan faaliyet arkadaşlarla sohbet etmektir. Bu da çocukların sosyal çevreleriyle iletişimlerini sosyal ağlarda da devam ettiklerini göstermektedir.

### 3.7.3.Faktör Alt Boyutları

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya dahil edilen 17 tutumun hangi faktörler kapsamında değerlendirileceği ortaya konmaktadır. Yapılan analizde 4 farklı faktör bulunmuştur. Bunlar; eğlence-boş zaman aktivitesi, sosyalleşme, bilgi edinme, araştırma yapma-etkileşimdir.

Tablo 24.Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi Faktörü

<b>EĞLENCE - BOŞ ZAMAN AKTİVİTESİ FAKTÖRÜ</b>	<b>Faktör yükü</b>	<b>X</b>	<b>SS</b>
<i>Boş zamanlarımı sosyal ağlarda geçirmek beni eğlendiriyor.</i>	,865	3,49	1,327
<i>Sosyal ağları kullanarak arkadaşlarımla kolayca ve sürekli iletişim kurabilirim</i>	,873	3,63	1,241
<i>Sosyal ağları kullanmak beni mutlu ediyor.</i>	,856	3,35	1,142
<i>Sosyal ağları kullanmak boş zamanlarımı değerlendirmemi sağlar.</i>	,869	3,11	1,322
<i>Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü kendimi bilgili hissetmemi sağlar.</i>	,870	3,2	1,24
<i>Sosyal ağları kullanmak can sıkıntımı giderir</i>	,855	3,32	1,289
<i>Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü kafa dağıtmamı sağlıyor</i>	,850	3,22	1,388
<i>Sosyal ağlarda vakit geçirmek beni rahatlatır</i>	,853	3,18	1,31
<b>TOPLAM</b>		<b>7,18</b>	<b>7,529</b>

Eğlence – boş zaman aktivitesi faktörünü açıklayan ve ,865 ile ,853 arasında faktör yükleri sıralanan toplamda 8 tane madde bulunmaktadır. Bu faktör, 4,137’lik öz değeri ve %22,985’lik varyans yüzdesiyle en temel faktördür.

Bu kapsamda çocukların yeni teknolojileri en çok eğlenmek, boş zamanlarını değerlendirmek, iyi hissetmek, kafa dağıtmak için kullandıkları söylenebilmektedir. Bununla birlikte faktör içerisindeki “Sosyal ağları kullanarak arkadaşlarımla kolayca ve sürekli iletişim kurabilirim” maddesi en yüksek aritmetik ortalamaya (X: 3,63) sahip maddedir. Bu durumda arkadaşlarla kolayca ve sürekli iletişim halinde olmak çocuklar için sosyalleşme olarak değil; eğlence olarak görüldüğünden bu faktörün içinde bulunmaktadır. Bu faktörün Cronbach’s a değeri 0,877’dir.

Tablo 25.Sosyalleşme faktörü

<b>SOSYALLEŞME FAKTÖRÜ</b>	<b>Faktör yükü</b>	<b>X</b>	<b>SS</b>
<i>Sosyal ağlar arkadaşlarımla olan iletişimimi ve bağımlı artırır.</i>	,642	2,8	1,325
<i>Sosyal ağları kullanmazsam kendimi sosyal çevremden dışlanmış hissedirim.</i>	,625	2,03	1,251
<i>Okul dışındaki zamanlarımın çoğunda sosyal ağları kullanarak vakit geçiririm.</i>	,659	2,42	1,304
<b>TOPLAM</b>		<b>7,24</b>	<b>3,125</b>

Analiz sonucunda faktör yükü ,642 ile ,659 arasında değişen 3 tane madde bulunmaktadır. Faktörün öz değeri 2371; varyans yüzdesi ise 13.171’dir. Bu bağlamda çocukların, yeni teknolojileri kullanmalarındaki ikinci nedenin sosyalleşme olduğu söylenebilmektedir. Çocuklar bu teknolojileri arkadaşlarıyla iletişimlerini ve bağımlı arttırdığı için, sosyal çevrelerinden dışlanmış hissetmemek için kullanmaktadırlar. “Sosyal ağlar arkadaşlarımla olan iletişimimi ve bağımlı artırır” maddesi en çok ortalamaya sahip (X: 2,8) maddedir. Sosyalleşme faktörünün Cronbach’s a değeri 0,729’dur.

Tablo 26.Bilgi edinme faktörü

<b>BİLGİ EDİNME FAKTÖRÜ</b>	<b>Faktör yükü</b>	<b>X</b>	<b>SS</b>
<i>Sosyal ağlar sayesinde istediğim her konu hakkında kolayca araştırma yapabilirim.</i>	,572	4,03	1,091
<i>Sosyal ağlar herhangi bir konuda merakımı gidermeme yardımcı olur.</i>	,583	3,92	1,14
<i>Çevremdeki gelişmeler / etkinlikler hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal ağları kullanırım</i>	,457	3,53	1,28
<i>Sosyal ağları kullanarak başka hiçbir yerde bulamayacağım pek çok bilgiye ulaşıyorum.</i>	,478	3,39	1,363
<b>TOPLAM</b>		<b>14,87</b>	<b>3,298</b>

Analiz sonucunda bilgi edinme faktörü ,572 ile ,478 arasında faktör yükleri değişen 4 maddeden oluşmaktadır. Bu faktör 2,138’lik öz değeri ve %11,878 varyans yüzdesi ile üçüncü temel faktördür. Buna bağlı olarak çocukların bu teknolojileri bilgi edinmek, meraklarını gidermek, çeşitli etkinlikler hakkında bilgi almak gibi edenlerle kullandıkları söylenebilmektedir. “Sosyal ağlar sayesinde istediğim her konu hakkında kolayca araştırma yapabilirim” maddesi aritmetik olarak en çok ortalamaya sahip (X:4,03) maddedir. Cronbach’s a değeri 0,599’dur.

Tablo 27.Araştırma yapma-etkileşim faktörü

<b>ARAŞTIRMA YAPMA-ETKİLEŞİM FAKTÖRÜ</b>	<b>Faktör yükü</b>	<b>X</b>	<b>SS</b>
<i>Sosyal ağlardan edindiğim bilgileri arkadaşlarımla paylaşmak beni mutlu ediyor.</i>	,523	3,55	1,295
<i>Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü aradığım her şeyi bulabiliyorum.</i>	,523	3,62	1,214
<b>TOPLAM</b>		<b>7,18</b>	<b>2,191</b>

Araştırma yapma – etkileşim faktörü ,523 faktör yüklü 2 maddeden oluşmaktadır. Öz değeri 1,908; varyans yüzdesi %10,598 olan bu faktör dördüncü temel faktördür. “Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü aradığım her şeyi bulabiliyorum” maddesi en yüksek aritmetik ortalamaya sahip (X: 3,62) maddedir. Bu faktörün Cronbach’s a değeri 0,686’dır.

### 3.7.4. Faktör Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi

Faktör alt boyutlarının birbirleriyle arasındaki korelasyon analizi Tablo 28 üzerinden açıklanmaktadır.

Tablo 28. Faktör alt boyutları arasındaki korelasyon analizi (Pearson Correlation)

	<i>Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi</i>	<i>Sosyalleşme</i>	<i>Bilgi Edinme</i>	<i>Araştırma Yapma - Etkileşim</i>
<i>Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi</i>	1	,601** ,000	,487** ,000	,596** ,000
<i>Sosyalleşme</i>	,601** ,000	1	,333** ,000	,309** ,000
<i>Bilgi Edinme</i>	,487** ,000	,333** ,000	1	,495** ,000
<i>Araştırma Yapma - Etkileşim</i>	,596** ,000	,309** ,000	,495** ,000	1

\*\*p<0,01

Tabloya göre, faktörler arasında birbirleriyle pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır (p<0,01).

En yüksek ilişki, eğlence – boş zaman aktivitesi ve sosyalleşme (r: ,601; p<0,01) arasında görülmektedir. Bu kapsamda, yeni teknolojileri eğlence ve boş zaman aktivitesi olarak gören çocukların sosyalleşmeyi de önemseddiği söylenebilmektedir. Onu takip eden ikinci en yüksek ilişki ise eğlence – boş zaman aktivitesi ve araştırma yapma – etkileşim (r: ,596; p<0,01) arasında görülmektedir.



### 3.7.5. Dijital İletişim Teknoloji Kullanımları Faktörlerinin Cinsiyete Göre Durumu

Çalışmanın bu kısmında çocukların cinsiyetinin iletişim teknolojilerini kullanımları ile arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakılmaktadır.

Tablo 29.Faktörlerin cinsiyet değişkenine göre T TESTİ sonuçları

	<i>CİNSİYET</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<i>Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi</i>	Kız	79	3,21	0,934	0,007	0,933
	Erkek	69	3,43	0,942		
<i>Sosyalleşme</i>	Kız	79	2,18	1,017	0,034	0,853
	Erkek	69	2,69	1,01		
<i>Bilgi Edinme</i>	Kız	79	3,67	0,87	3,085	0,081
	Erkek	69	3,77	0,772		
<i>Araştırma Yapma - Etkileşim</i>	Kız	79	3,54	1,121	0,431	0,513
	Erkek	69	3,64	1,071		

\*p < 0,05

İlkokul 5, 6, 7 ve 8.sınıf çocuklarının iletişim teknolojilerini kullanımlarının cinsiyete göre bir farklılık olup olmadığını incelemek için yapılan t testi sonucunda; eğlence – boş zaman aktivitesi (F: 0,007; p>0,05), sosyalleşme (F: 0,034; p>0,05), bilgi edinme (F:3,085; p>0,05); araştırma yapma – etkileşim (F: 0,431; p>0,05) faktörlerinin kız ve erkek çocuklar için anlamlı bir farklılık yoktur.

### 3.7.6. Dijital İletişim Teknoloji Kullanımları Faktörlerinin Yaşa Göre Durumu

Çalışmanın bu kısmında çocukların yaşlarının iletişim teknolojilerini kullanımları ile arasında anlamlı bir fark olup olmadığını değerlendirmek için tek yönlü ANOVA testi sonuçları incelenmektedir.

Tablo 30.Faktörlerin yaş değişkenine göre tek yönlü ANOVA TESTİ sonuçları

	YAŞ	N	X	SS	F	P
<i>Eğlence-Boş Zaman Aktivitesi</i>	10 yaş	13	2,94	1,141	2,530	<b>0,043</b>
	11 yaş	36	3,28	0,943		
	12 yaş	55	3,21	0,927		
	13 yaş	37	3,46	0,855		
	14 yaş	7	4,20	0,599		
	Toplam	148	3,31	0,941		
<i>Sosyalleşme</i>	10 yaş	13	2,15	0,857	1,095	0,362
	11 yaş	36	2,49	1,040		
	12 yaş	55	2,26	1,053		
	13 yaş	37	2,58	1,102		
	14 yaş	7	2,86	0,858		
	Toplam	148	2,41	1,042		
<i>Bilgi Edinme</i>	10 yaş	13	3,73	1,106	0,432	0,786
	11 yaş	36	3,58	0,791		
	12 yaş	55	3,78	0,785		
	13 yaş	37	3,71	0,885		
	14 yaş	7	3,93	0,345		
	Toplam	148	3,72	0,824		
<i>Araştırma Yapma - Etkileşim</i>	10 yaş	13	3,31	1,164	0,912	0,459
	11 yaş	36	3,56	1,145		
	12 yaş	55	3,53	1,060		
	13 yaş	37	3,69	1,145		
	14 yaş	7	4,21	0,567		
	Toplam	148	3,59	1,095		

Yapılan ANOVA Testine göre sosyalleşme (F: 1,095;  $p>0,05$ ); bilgi edinme (F:0,432;  $p>0,05$ ); araştırma yapma-etkileşim (F:0,912;  $p>0,05$ ) faktörlerinin çocukların yaşlarıyla anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Bununla birlikte eğlence – boş zaman aktivitesi faktöründe (F: 2,530;  $p<0,05$ ) yaş değişkeni bazında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Bu farklılık yönünü belirlemek için post hoc uygulanmıştır. Post hoc testine göre eğlence – boş zaman aktivitesi ( $p<0,05$ ) faktöründe en büyük farklılık 10 ve 14 yaşlar arasında görülmektedir. Buna göre 14 yaşındaki çocuklar bu teknolojileri eğlence – boş zaman aktivitesi olarak görmeye daha yatkındırlar. 11, 12, 13 yaşları arasında bir farklılık görülmemektedir.

### 3.7.7. Dijital İletişim Teknoloji Kullanım Faktörlerinin Yaşanılan Şehre Göre Durumu

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya İstanbul ve Van illeri bazında faktörlerin arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakılmaktadır.

Tablo 31. Faktörlerin şehir değişkenine göre T testi sonuçları

	ŞEHİR	N	X	SS	F	P
<i>Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi</i>	Van	70	3,1107	0,88837	0,907	<b>0,013</b>
	İstanbul	78	3,4952	0,95547		
<i>Sosyalleşme</i>	Van	70	2,1429	0,90547	3,344	<b>0,002</b>
	İstanbul	78	2,6581	1,09962		
<i>Bilgi Edinme</i>	Van	70	3,6107	0,88223	4,059	0,138
	İstanbul	78	3,8141	0,76174		
<i>Araştırma yapma - etkileşim</i>	Van	70	3,6643	1,0416	0,332	0,423
	İstanbul	78	3,5192	1,14371		

T testi sonuçlarına bakıldığında eğlence ve boş zaman aktivitesi faktörünün Van ve İstanbul illeri bazında farklılık gösterdiği (F:0,907; p<0,05) görülmektedir. Bununla birlikte sosyalleşme faktörünün de 2 şehir arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği (F: 3,334; p<0,05) görülmektedir. Bu kapsamda Van ve İstanbul illerindeki çocuklar yeni teknolojilerin eğlence-boş zaman aktivitesi ve sosyalleşme için kullanılması yönünde farklı görüşlere sahiptirler.

Bilgi edinme faktörü (F: 4,059 p> 0,05) ve araştırma yapma – etkileşim faktörlerinde (F: 0,332; p>0,05) Van ve İstanbul şehirleri bazında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

### 3.7.8. Dijital İletişim Teknolojilerin Saat Bazında Günlük Kullanımlarına Göre Durumu

Çocukların günlük olarak ne kadar yeni teknolojileri kullandıklarının faktörler bazında ANOVA testi Tablo 32’de açıklanmaktadır.

Tablo 32. Faktörlerin saat bazında günlük kullanım oranları ANOVA Testi

	<b>GÜNDELİK KULLANIM ORANI</b>	<b>N</b>	<b>X</b>	<b>SS</b>	<b>F</b>	<b>P</b>
<b>Eğlence - Boş Zaman Aktivitesi</b>	1 saatten az	39	2,89	1,006	5,240	<b>0,000</b>
	1 saat	21	3,16	0,894		
	1-2 saat	54	3,37	0,692		
	3-4 saat	17	3,98	0,927		
	4 saatten fazla	12	3,93	1,124		
	hiç	5	2,95	0,779		
	Toplam	148	3,31	0,941		
<b>Sosyalleşme</b>	1 saatten az	39	1,92	1,047	4,630	<b>0,001</b>
	1 saat	21	2,59	1,140		
	1-2 saat	54	2,36	0,857		
	3-4 saat	17	2,78	0,735		
	4 saatten fazla	12	3,31	1,374		
	hiç	5	2,67	0,527		
	Toplam	148	2,41	1,042		
<b>Bilgi Edinme</b>	1 saatten az	39	3,47	0,894	1,155	0,334
	1 saat	21	3,83	0,815		
	1-2 saat	54	3,86	0,677		
	3-4 saat	17	3,76	0,831		
	4 saatten fazla	12	3,71	1,081		
	hiç	5	3,50	1,016		
	Toplam	148	3,72	0,824		
<b>Araştırma Yapma - Etkileşim</b>	1 saatten az	39	3,33	1,199	0,789	0,559
	1 saat	21	3,60	1,200		
	1-2 saat	54	3,77	0,873		
	3-4 saat	17	3,71	1,146		
	4 saatten fazla	12	3,46	1,373		
	hiç	5	3,50	1,225		
	Toplam	148	3,59	1,095		

Analiz sonucuna bakıldığında, faktörlerin, saat bazında günlük olarak sosyal ağların kullanılmasında; bilgi edinme (F:1,155;  $p>0,005$ ) ve araştırma yapma-etkileşim (F:0,789;  $p>0,005$ ) faktörlerinde anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Eğlence – boş zaman aktivitesi (F:5,240; p<0,005) ve sosyalleşme (F:4,630; p<0,005) faktörleri ve kullanım oranları değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Bu farklılığın yönünü belirlemek üzere, post hoc uygulanmıştır. Bu analizin sonucunda; eğlence – boş zaman aktivitesi faktörü için günlük 1 saatten az bu teknolojileri kullanan çocuklar ile 3 - 4 saat kullanan çocuklar arasında bir farklılık gözlemlenmiştir. Ayrıca 1 saatten az kullanan çocuklar ve 4 saatten fazla kullanan çocuklar arasında da farklılık görülmektedir.

Sosyalleşme faktörünün post hocunda da benzer bir sonuç ile karşılaşılmıştır. 1 saatten az kullanan çocuklar ile 3 – 4 saat kullanan çocuklar arasında bir farklılık bulunmaktadır. Bununla birlikte 1 saatten az kullanan çocuklar ile 4 saatten fazla kullanan çocuklar arasında da anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

### **3.8. Genel Değerlendirme**

Sosyalleşme ve dijital teknolojileri kullanımlar açısından ilkökul ikinci kademe yani 5, 6, 7 ve 8.sınıf çocuklarıyla gerçekleştirilen ve genel bir profil ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma kendi içerisinde tutarlılık göstermektedir.

Çalışmanın sonucuna göre çocuklar yeni iletişim teknolojilerini en fazla eğlence ve boş zaman aktivitesi olarak kullanmaktadırlar. Bu teknolojilerin bir diğer yüksek oranda tercih edilme faktörü ise sosyalleşmedir. Bu kapsamda çocukların en çok tercih ettikleri platformun YouTube, bu platformlarda en çok gerçekleştirdikleri faaliyetin video izlemek olması; çalışmanın kendi içerisindeki tutarlılığına işaret etmektedir. Ayrıca bu sonucu takip eden ikinci en çok tercih edilen platform Instagram; çocuklar tarafından ikincil en çok gerçekleştirilen faaliyet ise arkadaşlarla sohbet etmektir. Bu sonuç da çalışmanın tutarlılığına işaret eden bir diğer işarettir. Alan yazınına bakıldığında benzer sonuçlara sahip çalışmalar bulunmaktadır. ODTÜ'nün Şubat 2014'de yayınladığı ve 9 -16 yaş çocukları ile gerçekleştirilen "*Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu*"nda çocukların kullanmayı en çok tercih ettikleri ağ Facebook, sosyal platformlara üye olma sebeplerinin en önemlisi ise mevcut arkadaşlarıyla iletişim

kurmak sonucu elde edilmiştir. Tercih edilen mecra farklı olmasına rağmen, kullanım sebebi olarak bu çalışmanın sonuçlarına yakın veriler elde edilmiştir.

Gerçekleştirilen çalışma sonucunda, çocuklar için yeni teknolojileri kullanım motivasyonları 4 farklı faktör üzerinde toplandığı görülmektedir. Bu faktörler faktör yükleri doğrultusunda önem sırası; eğlence – boş zaman aktivitesi, sosyalleşme, bilgi edinme, araştırma yapma – etkileşim olarak sıralanabilir. Balcı ve Ayhan'ın (2007) üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri benzer bir çalışmada 6 farklı faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörler sırasıyla; sosyal kaçış, bilgilenme, boş zamanları değerlendirme, ekonomik fayda, sosyal etkileşim ve eğlencedir. Bu kapsamda faktörlerin farklılığını çalışmaların gerçekleştirildiği yaş gruplarının ve bu yaş gruplarının ihtiyaçlarının farklılığı ile açıklanabilmektedir.

Araştırma sonucuna bakıldığında çocuklar kişisel olarak sahip olmasalar bile evlerindeki internet bağlantısını, akıllı telefon, tablet, bilgisayar gibi araçlara kolayca ulaşabilmektedirler. Bunun yanı sıra çocuklar arasında kişisel olarak en çok tablete sahipken, akıllı telefon bir diğer en çok sahip olunan araçtır. Kişisel olarak bir bilgisayara sahip olma oranı ise düşüktür. Çocukların ebeveynlerinin en çok kullandıkları araç ise akıllı telefondur. Tablet ve bilgisayar kullanım oranları ise daha düşüktür. Çocuklar ve ebeveynleri arasındaki bu fark yaşa bağlı ihtiyaçların farklılığı ile açıklanabilmekle beraber; unutulmaması gereken bir nokta aracın türünden bağımsız olarak çocukların bunları çok yoğun kullandığının, erişebildiğinin çalışma sonucunda da ortaya çıkmasıdır. Bu kapsamda bakıldığında ebeveynlerine ait bile olsa bu araçlara kolay ulaşabiliyor olmak küçük yaşta bunlara sahip olmayı istemeyi de beraberinde getirebilmektedir.

Çalışmaya katılan çocuklarının hepsinin sosyal ağlarda hesabı bulunmaktadır. Çocukların çoğunluğunun günlük olarak bu ağları kullanım oranı ortalama 1 – 2 saattir. Bununla birlikte bu ağları kullanım yaşı yasal olarak 13 olmasına rağmen; araştırmaya katılan çocukların yarısına yakını, ilk kez 11 – 12 yaşlarında bu ağlara katıldığını belirtmektedir. Geri kalan yarısı ise farklı oranlarda 7-8 ve 9-10 yaşlarında ilk kez katıldıklarını belirtmişlerdir. Otrar ve Argın'ın (2014); 8, 9, 10, 11 ve 12.sınıflarda okuyan ortaokul ve lise öğrencileri ile yaptığı benzer bir çalışmada

çocukların çoğunluğunun sosyal ağlara her bağlandıklarında 10 – 60 dakika arasında vakit harcadıkları ve büyük bir çoğunluğunun bir yıldan fazla bir süredir bu ağları kullandığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan çocukların hangi platformları en fazla kullandığı incelendiğinde, çocukların büyük bir çoğunluğu en çok YouTube’da vakit geçirdikleri belirlenmiştir. YouTube’u takip eden platform ise Instagram’dır. Çocukların bu platformlarda en çok hangi aktiviteleri gerçekleştirdiği ile ilgili verilere bakıldığında, çocukların en fazla video izlemek için bu platformları kullandıkları belirlenmiştir. Video izlemek dışında en çok yaptıkları ikinci faaliyet ise arkadaşlarıyla sohbet etmektir. Bununla birlikte 2010 yılında 25 Avrupa ülkesinde gerçekleştirilen çalışma sonucu ortaya çıkan EU Kids Online özet raporuna (<http://www.lse.ac.uk/>) göre; çocukların interneti kullanma sebepleri arasında okul işlerinde kullanmak, oyun oynamak, video izlemek başlıca sebepler olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Göksu Sağlık’ın 2018 tarihli yüksek lisans tezinde de, ilkökul öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada da; 2, 3 ve 4. sınıf çocuklarının interneti en fazla video izlemek ve oyun oynamak için kullandığı ortaya çıkmıştır. Aynı çalışmanın sonuçlarına göre, çocukların en çok kullandığı mecralar, Youtube, Facebook ve Insatgram’dır.

Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, çocukların dijital teknolojileri kullanımlarıyla ilgili tutum çalışması sonucu ortaya çıkan 4 faktörde en yüksek ortalamaya sahip faktör; eğlence - boş zaman aktivitesi faktörüdür. Bu faktörün içerisindeki alt boyutlara bakıldığında ise dikkat çeken nokta, bu faktör bazında en çok faktör yüküne sahip maddenin “*Sosyal ağları kullanarak arkadaşlarımla kolayca ve sürekli iletişim kurabilirim*” maddesi olmasıdır. Madde içerik olarak sosyalleşme ile ilgili bir madde olmasına rağmen, yapılan faktör analizi sonucunda eğlence – boş zaman aktivitesi faktörü içerisinde yer almıştır. Bu kapsamda çocukların bu teknolojileri kullanmalarını en çok etkileyen faktörün eğlence olduğu ve bu platformlarda eğlenmek için de en çok arkadaşlarıyla iletişim kurmayı tercih ettikleri söylenebilir. Yaş grubu itibariyle yakın çevreyle sosyal hayatta ve farkı mecralarda iletişim de olmayı sosyalleşme olarak algılamamalarına rağmen, çocukların en çok bu faaliyeti gerçekleştirdiği bu çalışma özelinde söylenebilmektedir.

Faktörler arası yapılan korelasyon çalışmasında da birbiri ile en çok ilişkide olan faktörlerin eğlence – boş zaman aktivitesi ve sosyalleşme olduğu görülmektedir. Çocuk gelişimi açısından bakıldığında; çocuklar için sosyalleşme bir boş zaman aktivitesi olmakla birlikte; eğlence ve boş zaman aktivitelerini gerçekleştirirken aynı zamanda sosyalleşmektedirler.

Bununla birlikte bu çalışma doğrudan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı üzerinden bir ölçüm yapmamasına rağmen; özellikle analiz sonucu belirlenen faktörler kapsamında; bu yaklaşım ile benzerlik taşımaktadır. Bu sebeple de tartışmaya dahil edilmiştir.

Genel anlamda bakıldığında çocukların cinsiyetleri ve yaşlarının bu 4 faktöre bakış açılarında anlamlı bir farklılığa sebep olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte çalışmanın yapıldığı iller olan Van ve İstanbul arasında eğlence-boş zaman aktivitesi ve sosyalleşme faktörleriyle ilgili anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu iki ildeki çocuklar bu teknolojilerin eğlence ve sosyalleşme amaçlı kullanımlarıyla ilgili farklı görüşlere sahiptir. Analizdeki ortalamalara bakıldığında, İstanbul'da yaşayan çocuklar bu teknolojileri sosyalleşme amaçlı daha fazla kullanmaktadır.



## SONUÇ

Günümüzde artık yetişkinler kadar ve hatta onlardan daha çok oranda, çocuklar çeşitli uyaranlara maruz kalmaktadırlar. Artık çocuklar neredeyse tamamen dijital hale gelmiş bir dünyaya doğmaktadırlar.

Günümüz koşulları değerlendirildiğinde bu teknolojileri kullanmaktan kaçmak pek mümkün olmamaktadır. Çocuklar bu dünyanın, olanakların içine doğdukları için de gelişme süreçlerinde kendilerinden önceki nesillerden farklı davranış kalıpları gösterebilmekte, dünyayı farklı algılayabilmektedirler. Bu sebeple de pek çok farklı disiplinden araştırmacı bu konuyla ilgili çalışmalar yapmaktadırlar.

Bu çalışma çocukların dijital teknolojileri nasıl ve hangi amaçlarla kullandığını ortaya koymak ve bu kullanımların çocukların sosyalleşme süreçleriyle ilişkisini incelemektir. Bu kapsamda çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde sosyalleşme kavramı ayrıntılı olarak ele alınmış, sosyalleşme ile ilgili gelişim kuramları üzerinde durularak, sosyalleşme süreci açıklanmıştır.

İkinci bölümde ise dijital teknolojilerin gelişim aşamaları, kullanım alanları, bu teknolojilerin sosyalleşme ile ilişkisi ve çocukların bu teknolojiyi kullanımları ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir.

Üçüncü bölüm olan son kısım da ise, çocukların bu teknolojileri hangi mecralar aracılığıyla, ne sıklıkla ve hangi motivasyonlarla kullandıkları ve bu kullanımların sosyalleşme ile ilişkisini açıklamak için gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

Araştırma toplam 148 tane 5, 6, 7 ve 8.sınıf çocukları ile İstanbul ve Van illerinde gerçekleştirilmiştir. Piaget'e göre 11 yaş ve üzeri çocuklar Soyut İşlem Dönemi'ndedirler. Bu da daha küçük yaşlardaki çocuklara oranla, bu yaş grubu bu teknolojilerin daha fazla farkındadırlar. Bu sebeple de bu yaş grubuyla çalışma gerçekleştirilmiştir.

Çocuklara uygulanan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler;

- ✓ 79'u kız; 69'u erkek olmak üzere 148 tane çocuk araştırmaya katılmıştır. Çocukların 31'i 5.sınıf; 58'i 6.sınıf; 52'si 7.sınıf; 7'si 8.sınıfta okumaktadır.
- ✓ Çocukların 78'i İstanbul'da; 70'i Van'da yaşamaktadır.
- ✓ Çocukların %70,3'ü evlerinde internete; %88,5'i akıllı telefona, %59,5'i tablete; %57,4'ü bilgisayara kendileri kişisel olarak sahip olmasalar bile kolayca ulaşabilmektedirler.
- ✓ Çocukların %49,5'i akıllı telefona, %54,1'i tablete; %39,2'si ise bilgisayara kişisel olarak sahiptirler. Çocukların ebeveynlerinin en çok kullandığı araç ise akıllı telefondur.
- ✓ Araştırmaya katılan çocukların tamamının sosyal ağlarda kişisel bir hesabı bulunmaktadır.
- ✓ Günlük olarak, çocukların %26,4'ü 1 saatten az; %14,2'si 1 saat; %36,5'i 1-2 saat; %11,5'i 3 – 4 saat; %8,1'i 4 saatten fazla sosyal ağlarda vakit geçirmektedir.
- ✓ Çocukların %53,4'ü her gün düzenli olarak bu ağları kullanmaktadırlar.
- ✓ Çocukların %20,3'ü 7-8 yaşında; %31,8'i 9-10 yaşında; %48'i 11-12 yaşında ilk kez dijital teknolojileri kullanmaya başlamamışlardır.
- ✓ Araştırmaya katılan çocukların %4,1'inin Facebook; %30,4'ünün Instagram; %58,1'inin YouTube; %7,4'ünün Whatsapp'ı en fazla kullandıkları mecradır.
- ✓ Araştırmanın sonucuna göre çocukların %10,1'i dijital teknolojileri kullanarak en çok merak ettikleri konularda bilgi edinmek için; %14,9'u dersleriyle ilgili araştırma yapmak için; %20,9'u video izlemek için; %16,2'si

arkadaşlarıyla sohbet etmek için; %6,8'i vakit geçirmek için; %10,1'i müzik dinlemek için; %6,1'i dizi / film izlemek için kullanmaktadırlar.

- ✓ Çocukların hangi motivasyonlarla bu teknolojileri kullandıklarını belirlemek üzere yapılan faktör analizinde 4 farklı faktör belirlenmiştir. Bu faktörler yoğunluklu tercih sıralarına göre; eğlence-boş zaman aktivitesi, sosyalleşme, bilgi edinme, araştırma yapma-etkileşimdir. Bu kapsamda çocukların bu teknolojileri en çok eğlence – boş zaman aktivitesi olarak gördüğü söylenebilmektedir. Bununla birlikte eğlence faktörü içerisinde en çok tercih edilen madde ise “Sosyal ağları kullanarak arkadaşlarımla kolayca ve sürekli iletişim kurabilirim” maddesidir. Bu da çocukların eğlence de dahil pek çok süreçlerinde sosyalleşmenin etkisi olduğunu göstermektedir. Çocuklar dijital teknolojileri en çok eğlence ve boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla kullanmalarına rağmen; en çok gerçekleştirdikleri faaliyet arkadaşlarıyla iletişim halinde olarak sosyalleşme süreçlerine devam etmektedir.
- ✓ Faktörlerin birbirleriyle olan ilişkisini belirlemek üzere yapılan korelasyon analizine göre faktörlerin hepsinin birbirleriyle pozitif yönde ilişkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte birbiriyle en yüksek oranda ilişki olan faktörler; eğlence – boş zaman aktivitesi ve sosyalleşmedir. Bu da çalışmanın kendi içindeki tutarlılığını göstermektedir.
- ✓ Faktörlerin cinsiyet değişkenine göre çocuklar arasında bir farklılık olup olmadığı incelendiğinde, anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Yani hem kız hem de erkek çocuklar eğlence-boş zaman aktivitesi, sosyalleşme, bilgi edinme, araştırma yapma-etkileşim faktörleriyle ilgili maddelerde benzer görüşlere sahiptirler.
- ✓ Faktörlerin yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine bakıldığında; 10 ve 14 yaşlarındaki çocuklar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Buna göre 14 yaşındaki çocuklar bu teknolojileri eğlence – boş zaman aktivitesi olarak görmeye daha yatkındırlar.

- ✓ Van ve İstanbul şehirleri kapsamında eğlence-boş zaman aktivitesi, sosyalleşme, bilgi edinme, araştırma yapma-etkileşim faktörleri incelendiğinde; bu iki şehir arasında; eğlence – boş zaman aktivitesi ve sosyalleşme faktörlerine yönelik farklılıklara rastlanmıştır.
- ✓ Çocukların günlük dijital teknolojileri kullanım oranları ve faktörler arasında yapılan analizde; eğlence – boş zaman aktivitesi faktörü için günlük 1 saatten az bu teknolojileri kullanan çocuklar ile 3 - 4 saat kullanan çocuklar arasında bir farklılık gözlemlenmekle birlikte benzer bir sonuç; 1 saatten az kullanan çocuklar ve 4 saatten fazla kullanan çocuklar arasında da görülmektedir. Bununla birlikte sosyalleşme faktörü incelendiğinde 1 saatten az kullanan çocuklar ile 3 – 4 saat kullanan çocuklar arasında ve ayrıca 1 saatten az kullanan çocuklar ile 4 saatten fazla kullanan çocuklar arasında da anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde çeşitli öneriler geliştirilmiştir:

- ✓ Araştırma ilkökul 5,6,7 ve 8. Sınıf çocukları ile gerçekleştirilmiştir. Alan yazınına bakıldığında; ilkökul düzeyinde sağlıklı verilere ulaşabilmek adına bu yaş grubu ile çok fazla çalışma gerçekleştirildiği görülmüştür. Ayrıca üniversite öğrencileriyle benzer konularda yapılan çalışmalara da çok fazla rastlanmaktadır. Bu kapsamda bundan sonraki çalışmalar farklı tipte liseler de özellikle de iletişim liselerinde okuyan öğrencilerle gerçekleştirilmesi alana katkı sağlayabilir.
- ✓ Dijital teknolojilerin çocuklar açısından daha verimli kullanımına yönelik özellikle çocuklardan sorumlu yetişkinler için (ebeveyn, öğretmen vb.) yol gösterici bilgilere yer vermeyi amaçlayan çalışmaların sayısı artabilir.
- ✓ Çalışmalar daha fazla şehirde gerçekleştirilebilir, kültürel farklılıklar sebebiyle ortaya çıkabilecek değişkenlere yer verilebilir.

- ✓ Giderek daha fazla okul ve farklı kurumlar çocukların kodlama eğitimine ulaşabilmesi için çalışmalar başlatmaktadır. Kodlama veya farklı dijital teknoloji ders veya kurslarına giden çocuklar ve gitmeyenler arasında bir çalışma geliştirilerek; bu teknolojiler ve sosyalleşme anlarındaki farkındalıklarının nasıl geliştiği ortaya konabilir.



## KAYNAKÇA

- AKTAŞ, C.(2007) **Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye,** Selçuk İletişim Dergisi, cilt 4,sayı 4, s. 181-193
- ALTER, A. (2018) **Karşı Konulmaz: Bağımlılık Yapıcı Teknolojilerin Yükselişi ve Bizim Ona Esir Edilişimiz,** İstanbul, Paloma Yayınevi
- ARSLAN A. (2015) Eğitim ve Öğretimde Sosyal Medyanın Kullanımı, Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (editörler), **"Sosyal Medya Araştırmaları II: Sosyalleşen Olgular"** (191-221), Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları
- ATALAY E.G. (2019) **Sosyal Medya ve Çocuk: “Babisho Family Fun TV” İsimli Youtube Kanalının Eleştirel Analizi,** Erciyes İletişim Dergisi / Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı, sayı:1, s. 179 – 202
- AVRUPA ÇEVİRİMİÇİ  
ÇOCUKLAR PROJESİ  
ÖZET BULGULARI <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/participant-countries/turkey/TurkeyExecSum.pdf> , (Çevrimiçi), Erişim Tarihi: 15.05.2019
- BALCI Ş. VE AYHAN B. (2007) **Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması,** Selçuk İletişim Dergisi, cilt:5, sayı:1, s.174-197
- BARAN, GÖRGÜN A. (1992) **Sanayi Sonrası Enformasyon Toplumu Üzerine Tartışmalar,** Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi cilt 9, sayı 1-2, s.53-69

- BARDAKÇI, S. (2010) **Çevrimiçi Öğrenme Ortamında Algılanan Sosyalleşme Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt:43, sayı:1, s.17-39
- BAYRAKÇI, M. (2007) **Sosyal Öğrenme Kuramı ve Eğitimde Uygulanması**, SAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi, Çevrimiçi, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/115558> , Erişim Tarihi: 01.01.2019
- BİNARK, M. (2007) **Yeni Medya Çalışmaları**, Ankara, Dipnot Yayınları
- BİNARK, M. (2013) Yeni Medya Kullanımının Etkileri, Mesude Canan Öztürk (Editör), **Dijital İletişim ve Yeni Medya** (50-76), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını
- BİNARK, M. (2017) **Yeni Medya Okuryazarlığı Tekno-toplumsal Politikası Herkes İçin Neden Gerekli?**, (Çevrimiçi), [https://www.academia.edu/35430671/\\_Yeni\\_Medya\\_Okuryazarl%C4%B1%C4%9F%C4%B1\\_Teknotoplumsal\\_Politikas%C4%B1\\_Herkes\\_%C4%B0%C3%A7in\\_Neden\\_Gerekli\\_](https://www.academia.edu/35430671/_Yeni_Medya_Okuryazarl%C4%B1%C4%9F%C4%B1_Teknotoplumsal_Politikas%C4%B1_Herkes_%C4%B0%C3%A7in_Neden_Gerekli_), Erişim Tarihi: 17.04.2019
- BİRSEN, H. (2013) Değişim Aracı Olarak Yeni Medya. Mesude Canan Öztürk (Editör), **Dijital İletişim ve Yeni Medya** (26-50), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını
- BOZKURT, V. (1997) **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, 2. basım, İstanbul, Sistem Yayıncılık
- BULUNMAZ, B. (2014) **Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak?**, Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi,

yıl:4, sayı: 7, s. 22-29

- BÜYÜKASLAN, A. (2015) Sosyalleşmenin Boyutu, Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (editörler), "**Sosyal Medya Araştırmaları II: Sosyalleşen Olgular**" (15-21), Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2002) **Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı**, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, sayı: 32, s. 470 - 483
- ÇAKIR, H. VE TOPÇU, H. (2005) **Bir İletişim Dili Olarak İnternet**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 19, Yıl 2, s. 71- 96
- ÇALIK, T. VE SEZGİN, F. (2005) **Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim**, Kastamonu Eğitim Dergisi, cilt:13, no 1, s. 55-66
- ÇİFTÇİ, N. (2003) **Kohlberg'in Bilişsel Ahlak Gelişimi Teorisi: Ahlak ve Demokrasi Eğitimi**, Değerler Eğitimi Dergisi, 1 (1), 43-77
- ÇOCUKLARIN SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİNİ KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ARAŞTIRMASI RAPORU (Çevrimiçi), <https://docplayer.biz.tr/7446995-Cocuklarin-sosyal-paylasim-sitelerini-kullanim-aliskanliklari-arastirmasi-raporu.html> , Erişim Tarihi: 14.05.2019
- DEMİRBAŞ, M. ve YAĞBASAN, R. (2005) **Sosyal Öğrenme Teorisine Dayalı Öğretim Etkinliklerinin, Öğrencilerin Bilimsel Tutumlarının Kalıcılığına Olan Etkisinin İncelenmesi**, Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, cilt:18, sayı:2, s.s.363-382



DEMİRBAŞ, M. ve YAĞBASAN, R. (2008) **İlköğretim 6. Sınıf Öğrencilerinin Bilimsel Tutumlarının Geliştirilmesinde Sosyal Öğrenme Teorisi Etkinliklerinin Kullanılması**, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt:18, sayı:1, s.s. 105-120

DİJİTAL (Çevrimiçi),[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=D%C4%B0J%C4%B0TAL](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=D%C4%B0J%C4%B0TAL), Erişim Tarihi: 29.12.2018

DİLMEN, E. N. ve ÖĞÜT, S. (2010) **"Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları"**, Marmara Üniversitesi Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı Bildiri Kitapçığı, (237-242), (Çevrimiçi), <http://www.sertacogut.com/blog/wp-content/uploads/2010/05/Ogut-Dilmen-Sosyalle%C5%9Fmenin-Yeni-Y%C3%BCz%C3%BC-Sosyal-Payla%C5%9F%C4%B1m-A%C4%9Flar%C4%B1.pdf>, Erişim Tarihi: 12.01.2019

DOĞAN, A. VE ERTAN T. (2016) **İlkokul Öğrencilerinin Televizyon İzleme Pratiklerinin Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Değerlendirilmesi**, The Journal of Academic Social Science Studies, sayı: 46, s.s: 41-58

DURMUŞ, B. VD. (2016) **Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi**, 6.basım, İstanbul, Beta Yayınları

Dünya Çocuklarının Durumu 2017: Dijital Bir Dünyada Çocuklar <http://www.unicef.org.tr/bilgimerkezidetay.aspx?id=10253>, (Çevrimiçi), Erişim Tarihi: 14.04.2019

- EĞİLMEZ, M. VE KUMCU, E. (2011) **Ekonomi Politikası "Teori ve Türkiye Uygulaması"**, 15. basım, İstanbul, Remzi Kitabevi
- ELMAS, B. (2018) **Avrupa Konseyi'nin Dijital Dünyada Çocuk Hakları Konusundaki Tavsiye Kararları**, <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2018/10/28/avrupa-konseyinin-dijital-dunyada-cocuk-haklari-konusundaki-tavsiye-kararlari/>, Çevrimiçi, Erişim Tarihi: 17.04.2019
- ERTÜRK, Y. D. (2011) **Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı**, Mustafa Ruhi Şirin (Yayına Hazırlayan), **Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı**, (49 – 89) İstanbul, Çocuk Vakfı Yayınları
- ERTÜRK, Y. D. (2014) **Davranış Bilimleri**, 4.Baskı, İstanbul, Kutupyıldızı Yayınları
- ERTÜRK, Y. D. (2017) **Davranışlarımız ve Biz Sosyal Psikoloji Bakışıyla Kalabalık İçinde Ben Olmak**, İstanbul, Pozitif Yayınları
- ERTÜRK, Y.D. VE GÜL, A. A. (2006) **Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım
- GANDER, MARY J. VE GARDİNER HARRY W. (2010) **Çocuk ve Ergen Gelişimi**, 7.Baskı, (Yayına Hazırlayan) Bekir Onur, Çev. Ali Dönmez, Nermin Çelen, Bekir Onur, Ankara, İmge Kitabevi
- GİDDENS, A. (2013) **Sosyoloji**, İstanbul, Kırmızı Yayınları
- GÜÇDEMİR, Y. (2010) **Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi**, İstanbul, Derin Yayınları

- GÜNDOĞDU, R. (2013) **Sosyalleşme ve Sosyalleşme Süreci**, [https://www.researchgate.net/publication/315386774\\_SOSYALLESME\\_VE\\_SOSYALLESME\\_SURECI](https://www.researchgate.net/publication/315386774_SOSYALLESME_VE_SOSYALLESME_SURECI), (Çevrimiçi), Erişim Tarihi: 07.04.2019
- GÜRAN, T. (2003) **İktisat Tarihi**, İstanbul, Acer Basım
- GÜRÜZ, D. VE EĞİNLİ, A.T. (2014) **Kişilerarası İletişim: Bilgiler – Etkiler – Engeller**, 4. Baskı, Ankara, Nobel Yayınları
- HOGG, M. A. VE VAUGHAN G.M. (2014) **Sosyal Psikoloji**, 2. Baskı, Ankara, Ütopya Yayınları
- KAĞITÇIBAŞI, Ç. (2012) **Benlik, Aile ve İnsan Gelişimi Kültürel Psikoloji**, 3 Baskı, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları
- KAĞITÇIBAŞI, Ç. VE CEMALCILAR, Z. (2016) **Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş**, 18. Basım, İstanbul, Evrim Yayınları
- KALAN, Ö.G. (2010) **Medya Okuryazarlığı Ve Okul Öncesi Çocuk: Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Bilinci Üzerine Bir Araştırma**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, cilt:1, sayı: 39, s. 59-73
- KAYA, A. (2013) **Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook**, Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (editörler), "Sosyal Medya Araştırmaları I: Sosyalleşen Birey" (155-206), Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları
- KÜÇÜKKURT, M.; HAZAR, Ç.M.; ÇETİN M.; TOPBAŞ H. (2009) **Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı**, Selçuk İletişim, 6, 1, s: 37-50
- MC QUAIL, D. VE **İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında**,

- WINDAHL S. (2005) 2.Baskı, Ankara, İmge Kitabevi
- MUTLU, E. (2012) **İletişim Sözlüğü**, 6. Basım, Ankara, Sofos
- OTRAR M. VE ARGİN F.S. (2014) **Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi**, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, cilt:3, sayı:3
- ÖZÇAĞLAYAN M. (1998) **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, İstanbul, Alfa
- ÖZEL, PELENK A. VE SERT, YILMAZ N. (2015) **Dijital Halkla İlişkiler Kavram ve Araçları**, İstanbul, Derin Yayınları
- SAĞLIK, GÖKSU (2018) Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından İnternetin, Üstün Zekâlı Çocuklar Tarafından Kullanımına Yönelik Bir Araştırma, **Yayınlanmış yüksek lisans tezi**, İstanbul Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- SELÇUK, Z. (2010) **Eğitim Psikolojisi**, 18. Baskı, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım
- SEVİNÇ, B. (2009) Survey Araştırması Yöntemi, Kaan Böke (editör), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, (245-283), İstanbul, Alfa Yayınları
- SOSYALLEŞME [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c27a69038c1f6.70368503](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c27a69038c1f6.70368503) , (Çevrimiçi), Erişim Tarihi: 29.12.2018
- SÜTÇÜ. C. S. VE ALGÜL A. (2013) Teknolojinin Toplum Üzerindeki Etkisi Açısından İnternetin Kısıtlı Sosyal Çevresi Üzerine Bir Araştırma, And Algül ve Neda Üçer (editörler),

- "Yeni Medya'da Demokrasi: Sosyal Medyaya Dair Araştırmalar"** (55-78), Konya, Literatür Yayınları
- TAVŞANCIL, E. (2002) **Tutumların Ölçülmesi ve Spss İle Veri Analizi**, Ankara, Nobel Yayıncılık.
- TOKGÖZ, O. (2015) **İletişim Kuramlarına Anlam Vermek Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramları**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları
- TONTA, Y. (2009) **Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği**, Türk Kütüphaneciliği Dergisi, 23, 4, s. 742-768
- TÜİK, [www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028), (Çevrimiçi), Erişim Tarihi: 29.12.2018
- YAŞA, S. VE ÇOLAK, Y (2011) **Avrupa Birliği'nin Bilgi Toplumu Politikaları ve Avrupa İçin Sayısal Gündem Girişimi**, (Çevrimiçi), [http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/AB\\_Sayisal\\_Gundem\\_Calisma\\_Raporu.pdf](http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/AB_Sayisal_Gundem_Calisma_Raporu.pdf), Erişim Tarihi: 27.11.2018
- YAVUZER, H. (2015) **Çocuk Psikolojisi**, 38. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi
- YAYLAGÜL, L. (2014) **Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**, 6. Baskı, Ankara, Dipnot Yayınları
- YENGİN, D. (2012A) **Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum**, İstanbul, Derin Yayınları
- YENGİN, D. (2012B) **Yeni Medyaya Eleştirel Bakış**, Deniz Yengin (Editör), **Yeni Medya Ve...**(123-133), İstanbul,

Anahtar Kitaplar Yayınevi

YILDIRIM, Y. (2016)

**Eğitim Sosyolojisi Perspektifi ile Piaget ve Vygotsky'nin Bilişsel Gelişim Kuramları Üzerine Sosyolojik Bir Analiz Denemesi,** Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, cilt:5, sayı: 2, s.617-628

ZATİ, Z. (2018)

**Facebook'tan Çocuklara Özel Mesajlaşma Uygulaması: Messenger Kids,** <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2018/01/13/facebooktan-cocuklara-ozel-mesajlasma-uygulamasi-messenger-kids/> (Çevrimiçi), Erişim Tarihi: 16.04.2019

## EKLER

### EK 1: ANKET FORMU

Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Prof. Dr. Yıldız Dilek Ertürk danışmanlığında Yeni Medya ve İletişim Yönetimi Yüksek Lisans bölümü öğrencisi Zeynep Korkmaz tarafından yürütülmektedir. Araştırma Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nda etkinliklere katılan çocukların, dijital teknolojileri kullanımlarını ve bu kullanımlarının sosyalleşme süreçleri üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlayan bir anket çalışmasıdır. Çalışmanın verileri sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak olup, ismin ve diğer kişisel bilgilerine yer verilmeyecektir. Ayrıca anket formun üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır.

#### 1. Cinsiyetin

Kız

Erkek

#### 2. Kaç yaşındasın?

10

12

11

Diğer..... (lütfen rakamla yazınız)

#### 3.Kaçıncı sınıfa gidiyorsun?

5

7

6

8

#### 4.Nasıl bir okula gidiyorsun?

Devlet okulu

Özel okul

#### 5.TEGV'in hangi noktasında etkinliklere katılıyorsun?

Ferit Aysan Eğitim Parkı

Van Eğitim Parkı

Zeyrek Öğrenim Birimi

İpek Kıraç Öğrenim Birimi

**6.Evinde aşağıdakilerden hangileri var? (sana ait olmasına gerek yok, kolayca ulaşabiliyor olman yeterli) Birden çok seçenek işaretleyebilirsin**

- İnternet bağlantısı
- Akıllı telefon
- Tablet
- Bilgisayar
- Hiçbiri

**7.Aşağıdaki araçlardan kişisel olarak sahip oldukların hangileridir? Birden çok seçenek işaretleyebilirsin**

- Akıllı telefon
- Tablet
- Bilgisayar
- Hiçbiri

**8.Annen aşağıdaki araçlardan en çok hangilerini kullanır?**

- Akıllı telefon
- Tablet
- Bilgisayar
- Hiçbiri

**9.Baban aşağıdaki araçlardan en çok hangilerini kullanır?**

- Akıllı telefon
- Tablet
- Bilgisayar
- Hiçbiri

**10.Sosyal medya hesabın (Facebook, Instagram vb.) var mı?**

- Evet
- Hayır

**11.Günde ortalama kaç saat internette / sosyal medyada vakit geçiriyorsun?**

- 1 saatten az
- 1 saat
- 1 - 2 saat
- 3 – 4 saat
- 4 saatten fazla



Hiç

**12. Her gün düzenli olarak sosyal ağlarda vakit geçiriyor musun?**

Evet

Hayır

**13. İlk defa kaç yaşında sosyal ağlarda (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) hesap açtın?**

7-8 yaş

9-10 yaş

11-12 yaş

**14. Aşağıdaki sosyal ağlardan en çok hangisini kullanırsın? (Sadece 1 seçenek işaretleyiniz)**

Blog

Facebook

Twitter

Instagram

Youtube

Whatsapp

Diğer.....(Lütfen hesabın adını yazınız)

**15. Sosyal ağlar üzerinden en çok hangisini yaparsın? (Sadece 1 seçenek işaretleyiniz)**

Merak ettiğim konularda bilgi edinirim

Derslerimle ilgili araştırma yaparım

Online (çevrimiçi) oyun oynarım

Video izlerim

Arkadaşlarımla sohbet ederim

Sosyal medyada vakit geçiririm

Müzik dinlerim

Film / dizi izlerim

Aşağıda sosyal ağlar (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter vb...) için bazı cümleler yer almaktadır. Her bir cümle için “kesinlikle katılmıyorum / katılmıyorum / kararsızım / katılıyorum / kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden senin için en uygun bir tanesini seçebilir misin?

		Kesinlikle katılmıyorum	katılmıyorum	kararsızım	katılıyorum	kesinlikle katılıyorum
1	Sosyal ağlar sayesinde istediğim her konu hakkında kolayca araştırma yapabiliyim.					
2	Sosyal ağları kullanmam yasaklanırsa kendimi mutsuz hissederim.					
3	Sosyal ağları kullanarak yeni insanlarla tanışıyorum.					
4	Sosyal ağlarda derslerime yardımcı olacak bilgilere ulaşırım.					
5	Boş zamanlarımı sosyal ağlarda geçirmek beni eğlendiriyor.					
6	Sosyal ağları kullanarak arkadaşlarımla kolayca ve sürekli iletişim kurabilirim					
7	Sosyal ağlar herhangi bir konuda merakımı gidermeme yardımcı olur.					
8	Sosyal ağları oyun oynamak için kullanırım.					
9	Sosyal ağlarda vakit geçirmek arkadaşlarımla vakit geçirmekten daha eğlencelidir.					
10	Sosyal ağları kullanmak beni mutlu ediyor.					
11	Sosyal ağları kullanmak boş zamanlarımı değerlendirmemi sağlar.					
12	Sosyal ağları kullanmak sosyalleşmemi sağlar.					
13	Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü kendimi bilgili hissetmemi sağlar.					
14	Sosyal ağları kullanmak can sıkıntımı giderir					
15	Sosyal ağlardan edindiğim bilgileri arkadaşlarımla paylaşmak beni mutlu ediyor.					
16	Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü aradığım her şeyi bulabiliyorum.					
17	Sosyal ağları kullanmayı seviyorum çünkü kafa dağıtmamı sağlıyor					

18	Sosyal ağlar arkadaşlarımla olan iletişimimi ve bağımlı artırır.					
19	Çevremdeki gelişmeler / etkinlikler hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal ağları kullanırım					
20	Sosyal ağları kullanmayı sevmiyorum çünkü vaktimi boşa harcamış gibi hissediyorum.					
21	Sosyal ağlarda tanıştığım yeni insanlarla, yüz yüze de görüşürüm.					
22	Sosyal ağları kullanarak araştırma yapmayı güvenli bulmuyorum					
23	Sosyal ağlarda vakit geçirmek beni rahatlatır					
24	Sosyal ağları kullanmazsam kendimi sosyal çevremden dışlanmış hissedirim.					
25	Ailemdeki insanları sosyal ağlarda takip ederim / eklerim.					
26	Sosyal ağları kullanarak başka hiçbir yerde bulamayacağım pek çok bilgiye ulaşıyorum.					
27	Okul dışındaki zamanlarımın çoğunda sosyal ağları kullanarak vakit geçiririm.					
28	Sadece yüz yüze tanıştığım insanlarla sosyal ağlarda iletişim kurarım.					
29	Ailemdeki insanların sosyal ağlarda beni takip etmesini istemem.					

## **EK 2: VELİ İZİN BELGESİ**

Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Prof. Dr. Yıldız Dilek Ertürk danışmanlığında Yeni Medya ve İletişim Yönetimi Yüksek Lisans bölümü öğrencisi Zeynep Korkmaz tarafından yürütülmektedir. Araştırma Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nda etkinliklere katılan çocukların, dijital teknolojileri kullanımlarını ve bu kullanımlarının sosyalleşme süreçleri üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlayan bir anket çalışmasıdır. Çalışmanın verileri sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak olup, çocuğunuzun ismi ve diğer kişisel bilgilerine yer verilmeyecektir. Ayrıca izin belgeleri ve anket formları üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır.

Bu kapsamda;

Velisi bulunduğum

.....  
isimli çocuğumun yukarıda ayrıntıları belirtilmiş olan araştırmaya katılmasına izin veriyorum. Çocuğumun dolduracağı anketin yukarıda adı geçen çalışmada kullanılmasına dair, zaman sınırlaması olmaksızın bir bedel talep etmeyeceğimi beyan ediyorum.

**Tarih:**

**Velinin Adı-Soyadı:**

**İmza:**

## ÖZGEÇMİŞ

**ZEYNEP KORKMAZ**

zeynepkorkmaz90@gmail.com

### EĞİTİM DURUMU

2014-2019 : İstanbul Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim Yönetimi Yüksek Lisans

2008-2012 : İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım

2010-2012 : İstanbul Üniversitesi, Pedagojik Formasyon

### DENEYİM

Nisan 2014 - ..... : **TÜRKİYE EĞİTİM GÖNÜLLÜLERİ VAKFI**  
Eğitim Uzmanı

Temmuz 2012 - Şubat 2014 : **İTHAKİ YAYINLARI**  
Basın ve Halkla İlişkiler Sorumlusu

### YABANCI DİL

İngilizce :İyi

### BİLGİSAYAR

Microsoft Office Programları: İyi