

**T.C.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
MATEMATİK ve FEN BİLİMLERİ EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
FEN BİLGİSİ EĞİTİMİ BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYAYI EĞİTSEL
KULLANMALARI İLE SOSYAL MEDYA TUTUMLARININ
DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**

SEFA DEMİRTAŞ

DENİZLİ-2017

**T.C.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
MATEMATİK ve FEN BİLİMLERİ EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
FEN BİLGİSİ EĞİTİMİ BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYAYI EĞİTSEL
KULLANMALARI İLE SOSYAL MEDYA TUTUMLARININ
DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**

Sefa DEMİRTAŞ

DANIŞMAN

Doc. Dr. Bilge CAN

Bu çalışma BAP tarafından 2016-EGBE-00010 nolu Yüksek Lisans tez projesi olarak desteklenmiştir.

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Bu çalışma, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Anabilim Dalı, Fen Bilgisi Eğitimi Bilim Dalı'nda jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan

Üye:

Üye:

Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Prof. Dr. Şükran TOK
Enstitü Müdürü

ETİK BEYANNAMESİ

Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

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

Sefa DEMİRTAŞ

ÖNSÖZ

Öncelikle çalışmam süresince benden yardımlarını esirgemeyen, bilgisini, tecrübesini, emeğini, entelektüel birikimiyle çözemediğim sorunlar karşısında ufkumu genişleten, güler yüzü ile desteğini benden esirgemeyen, uzun zamandır sonlandıramadığım bu çalışmayı bitirebilmemi sağlayan, saygıdeğer hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Bilge CAN'a, sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Okullarda uygulama yapmama kolaylık sağlayan tüm okul müdürlerine, uygulama esnasında bana destek ve yardımcı olan tüm meslektaşlarıma, en önemlisi çalışmama zaman ayıran tüm öğrencilere yardımlarından dolayı teşekkür ederim.

Bu çalışmaya devam etmeme, bitirebilmeme, gösterdiği her yardım ve fedakârlığa, bana desteğini her zaman hissettiren ve güç veren biricik eşim Mehmet Fırat DEMİRTAŞ'a sonsuz teşekkür ederim.

Sefa DEMİRTAŞ

ÖZET

8. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Eğitsel Kullanmaları İle Sosyal Medya Tutumlarının Değişkenler Açısından İncelenmesi

Sefa Demirtaş

Çağımızda hızla gelişen ve ilerleyen, insan hayatının vazgeçilmez bir unsuru haline gelen sosyal medya; insanların birbiriyle iletişimi ve yaşam şekillerini etkilemektedir. Günümüzde hemen hemen herkesin sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Özellikle çocuklar ve gençler oyun, haberleşme, ders çalışma gibi faaliyeti sosyal medya yoluyla yapmaktadır. Bundan dolayı gerek eğitim hayatında gerekse gelecek kuşakların da bu teknolojiye en iyi şekilde yararlanması için bu çalışmanın yapılmasının faydalı olacağı düşünülmüştür.

Bu çalışmada, Denizli Kale ilçesinde öğrenim gören 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumları, sosyal medyanın eğitsel bağlamda kullanılmasına yönelik düzeyleri incelenmiştir. Bu düzeylerin; cinsiyet, sosyal medya sitelerine üye olup-olmama durumu, eğitim görülen okullar, anne-baba eğitim seviyesi, gelir durumu, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medya üyelik süresi, sosyal medya sitelerinde harcanılan zaman, sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, Denizli/Kale ilçesinde bulunan (n=290) 8. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma nicel yöntemin tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak 'Facebook Eğitsel Kullanım Ölçeği' (Mazman 2009) ve 'Sosyal Medya Tutum Ölçeği' (Argın ve Otrar, 2013) kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 21.0 istatistik programı kullanılmıştır.

Araştırmanın bulgularına göre, sekizinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının olumlu ve sosyal medyayı eğitsel kullanma oranları yüksek çıkmıştır. Öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanma durumlarında sosyal medyaya üye olup-olmama, anne-baba eğitim düzeyi, gelir düzeyi, öğrenim görülen okul, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, en çok kullanılan sosyal medya sitesi ve sosyal medyanın en çok kullanıldığı ders değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medya tutumlarının ise cinsiyet, sosyal medyaya üye olup-olmama, gelir düzeyi, öğrenim görülen okul, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya kullanım süresi, en çok

kullanılan sosyal medya sitesi ve sosyal medyanın en çok kullanıldığı ders değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Öğrenci, Eğitsel Sosyal Medya, Tutum



ABSTRACT

Examination of Eighth Graders' Educational Use of Social Media and Social Media Attitudes In Terms of Variables

Sefa Demirtaş

Rapidly evolving and advancing social media, which has become an indispensable element of human life, affects human communication and lifestyles in our era. Almost everyone today has a social media account. Especially children and young people are doing many activities such as games, communication, studying through social media. Therefore, both in education and in future generations to benefit from this technology in the best way, this study has been considered to be useful.

In this study, the attitudes of the 8th grade students towards social media and their levels of use of social media in the educational context have been examined in Denizli Kale province. It has been attempted to determine whether these levels differ according to variables such as gender, being or not being affiliated with social media sites, schools attended, parental education level, income status, frequency of social media usage, duration of social media membership, time spent on social media sites and ways to connect with social media. The study group is composed of 290 eighth grade students in Denizli / Kale province. The research was carried out in a screening model of the quantitative method. 'Educational Use Of Facebook Scale' by Mazman (2009) and 'Social Media Attitude Scale' by Argin and Otrar (2013) were used as data collection tool. SPSS 21.0 statistical program was used in the analysis of the data.

As a result of the research, the attitudes of the students towards social media were positive and the educational usage rates of social media were high. Furthermore, according to the findings of the research, significant differences were found in the educational use of social media by students in terms of variables such as being or not being affiliated with social media sites, parental education level, income status, schools attended, frequency of social media usage, the most used social media site and the most popular school subject taken via social media. In social media attitudes on the other hand, significant differences were found in terms of variables such as gender, being or not being affiliated with social media sites, income status, schools attended, frequency of social media usage, duration of

social media membership, the most popular social media site and the most popular school subject taken via social media.

Key Words: Social media, Student, Educational Social Media, Attitude Scale



İÇİNDEKİLER

YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU	iii
ETİK BEYANNAMESİ.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER.....	.x
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
SİMGE ve KISALTMALAR LİSTESİ.....	xviii
BİRİNCİ BÖLÜM : GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.1.1. Problem Cümlesi.....	4
1.1.2. Alt Problemler.....	4
1.2. Araştırmanın Önemi	5
1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	7
1.4. Araştırmanın Sayılıları	7
İKİNCİ BÖLÜM : KURAMSAL ÇERÇEVE İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	8
2.1. İnternet.....	8
2.2. Web 2.	10
2.3. Sosyal Medya.....	12
2.3.1. Sosyal Medya ve Türkiye.....	14
2.4. Sosyal Medya Çeşitleri.....	16
2.4.1 Sosyal Ağlar.....	16
2.4.1.1. Myspace	17
2.4.1.2. Facebook.....	18
2.4.1.3. LinkedIn.....	19
2.4.1.4. Pinterest.....	19

2.4.2. Bloglar.....	19
2.4.3. Wikiler.....	20
2.4.3.1. Wikipedia.....	20
2.4.4. Podcast.....	21
2.4.5. Forumlar.....	21
2.4.6. İçerik Toplulukları.....	21
2.4.6.1. Youtube.....	22
2.4.6.2. Instagram.....	22
2.4.6.3. Flickr.....	23
2.4.7. Microbloglar.....	23
2.4.7.1. Twitter.....	23
2.4.7.2. Tumblr.....	24
2.4.7.3. Edmodo.....	24
2.4.7.4. Diğer	24
2.5. Tutum	26
2.6. Sosyal Medya ve Eğitim	27
2.7. İlgili Çalışmalar.....	28
2.7.1. Eğitsel Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Tutumu ile İlgili Yurt İçi Alan yazındaki Çalışmalar	28
2.7.2. Eğitsel Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Tutumu ile İlgili Yurt Dışı Alan yazındaki Çalışmalar	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM :YÖNTEM.....	36
3.1. Araştırma Modeli.....	36
3.2. Çalışma Grubu.....	36
3.2.1. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyo-Demografik Değişkenlerinin Frekans ve Yüzde Hesaplamaları	37
3.2.2. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Frekans ve Yüzde Hesaplamaları	39
3.3. Veri Toplama Araçları	41
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	41
3.3.2. Sosyal Medya Eğitsel Kullanım Ölçeği	42
3.3.3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği	42
3.4. Verilerin Toplanması	43
3.5. Verilerin Analizi	44
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM : BULGULAR VE YORUM.....	46
4.1. Birinci Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum.....	46
4.2. İkinci Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum.....	46
4.3. Üçüncü Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum.....	56
4.4. Dördüncü Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum.....	57
BEŞİNCİ BÖLÜM : TARTIŞMA: SONUÇ VE ÖNERİLER.....	69
5.1. Tartışma ve Sonuç	69
5.2. Öneriler.....	78
KAYNAKLAR.....	81

EKLER.....	86
Ek-1. Kişisel Bilgi Formu.....	87
Ek-2. Sosyal Medya Eğitsel Kullanım Ölçeği.....	88
Ek-3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği.....	89
Ek-4. Özgeçmiş.....	91



TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Okullarının Frekans ve Yüzde Değerleri.....	37
Tablo 3.2. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri.....	38
Tablo 3.3. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Ailelerinin Gelir Durumuna Ait Frekans ve Yüzdeler.....	38
Tablo 3.4. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Anne-Baba Eğitim Durumuna Ait Frekans ve Yüzdeler.....	38
Tablo 3.5. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumu ve Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sürelerine Ait Frekans ve Yüzdeler.....	39
Tablo 3.6. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığına İlişkin Frekans ve Yüzdeler.....	39
Tablo 3.7. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medyaya Bağlanmak İçin Kullandıkları Araçlar.....	40
Tablo 3.8. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Ait Frekans ve Yüzdeler.....	40
Tablo 3.9. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medyayı Kullandıkları Derslere Ait Frekans ve Yüzdeler	41
Tablo 4.1. Öğrencilerin Sosyal Medyayı Eğitsel Kullanımına Ait Betimsel İstatistikler.....	46
Tablo 4.2. Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test.....	47
Tablo 4.3. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üye Olup-Olmam Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test...	47

Tablo 4.4. Çalışma Grubunun Anne Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	48
Tablo 4.5. Kaynak Paylaşımı Alt Boyutunun Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	48
Tablo 4.6. Çalışma Grubunun Baba Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	49
Tablo 4.7. Kaynak Paylaşımı Alt Boyutunun Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	49
Tablo 4.8. Çalışma Grubunun Gelir Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	49
Tablo 4.9. İletişim ve Kaynak Paylaşımı Boyutlarının Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	50
Tablo 4.10. Çalışma Grubunun Öğrenim Görülen Okul Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	50
Tablo 4.11. SMEKÖ' nün Alt Boyutlarıyla Çalışmanın Yapıldığı Okul Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	51
Tablo 4.12. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	52
Tablo 4.13. Kaynak Paylaşımı Alt Boyutu ile Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkene Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	52
Tablo 4.14. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üyelik Süresi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	53

Tablo 4.15. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Bağlandıkları Araç Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	53
Tablo 4.16. İletişim Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medyaya Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	54
Tablo 4.17. Çalışma Grubunun En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutları İle Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	54
Tablo 4.18. İletişim ve Kaynak Paylaşımı Alt Boyutlarında En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkeni Açısından Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	55
Tablo 4.19. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerini En Çok Kullandıkları Ders Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutları İle Yapılan ANOVA Testi Sonuçları..	55
Tablo 4.20. Kaynak Paylaşımı Alt Boyutu ile Sosyal Medya Sitelerini En Çok Kullandıkları Ders Değişkeni Açısından Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	56
Tablo 4.21. Çalışma Grubundaki Öğrencilere Uygulanan SMTÖ Toplamı ve Paylaşım İhtiyacı, Sosyal Yetkinlik, Sosyal İzolasyon ve Öğretmenlerle İlişki Alt Boyut Puanları İçin N, Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Standart Hata Değerleri.....	56
Tablo 4.22. Çalışma Grubunun Cinsiyet Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test.....	58
Tablo 4.23. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üye Olup-Olmam Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test.....	58
Tablo 4.24. Çalışma Grubunun Anne Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	59
Tablo 4.25. Çalışma Grubunun Baba Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları	59

Tablo 4.26. Çalışma Grubunun Gelir Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	60
Tablo 4.27. SMTÖ'nün Alt Boyutlarının Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	60
Tablo 4.28. Çalışma Grubunun Eğitim Görülen Okul Değişkeni Açısından SMTÖ'ye İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	61
Tablo 4.29. SMTÖ'nün Okul Türü Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	62
Tablo 4.30. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkeni Açısından SMTÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	63
Tablo 4.31. SMTÖ'nün Paylaşım İhtiyacı ve Sosyal Yetkinlik Alt Boyutlarının Sosyal Medya Sitelerini Ziyaret Etme Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	63
Tablo 4.32. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üyelik Süresi Değişkeni Açısından SMTÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	64
Tablo 4.33. Paylaşım İhtiyacı, Alt Boyutlarının Sosyal Medyayı Sitelerini Kullanma Sürelerini Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	64
Tablo 4.34. Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Bağlandıkları Araç Değişkeni Açısından SMTÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	65
Tablo 4.35. Çalışma Grubunun En Çok Ziyaret Ettiği Sosyal Medya Sitesi Değişkeni Açısından SMTÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları.....	65
Tablo 4.36. Paylaşım İhtiyacı, Sosyal Yetkinlik ve Sosyal İzolasyon Alt Boyutlarının En Çok Kullanılan Sosyal Medyayı Sitelerinin Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları	66

Tablo 4.37. Çalışma Grubunun Sosyal Medyayı En Çok Kullandığı Ders Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları..... 67

Tablo 4.38. Paylaşım İhtiyacı, Öğretmenlerle İlişkiler Alt Boyutlarının Sosyal Medya Sitelerinin En Çok Kullanıldığı Ders Değişkeni Arasında Hangi Grupların Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları..... 67



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Global Dijital Veriler (WEB1, 2017).....	2
Şekil 1.2. Türkiye’deki Dijital Mevcut Durum (WEB1, 2017).....	3
Şekil 2.1. Ülkelerin İnternet Kullanımı (WEB1,2017).....	9
Şekil 2.2. İnternette Geçirilen Süre (WEB1,2017).....	10
Şekil 2.3. Web 2.0 (Yıldırım ve Kaplan Akıllı, 2012)	11
Şekil 2.4. Sosyal Medyada Geçirilen Süre.....	13
Şekil 2.5. Sosyal Medya Platformlarının Aktif Kullanıcı Sayıları (WEB1,2017).....	14
Şekil 2.6. Türkiye’deki Dijital Mevcut Durumu (WEB1, 2017).....	14
Şekil 2.7. Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanımı (WEB1, 2017).....	15
Şekil 2.8. Türkiye’deki En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları (WEB1,2017)....	15
Şekil 2.9. Türkiye’deki Facebook Kullanıcı Profili.....	16
Şekil 2.10. Sosyal Ağlarda Sınıflandırma (Büyükşener,2009).....	17

SİMGE ve KISALTMALAR LİSTESİ

<i>f</i>	Frekans
<i>n</i>	Birey sayısı
<i>p</i>	Manidarlık Düzeyi
Sh	Standart Hata
SS	Standart Sapma
<i>X</i>	Aritmetik Ortalama
%	Yüzde
ARPANET	The Advanced Research Projects Agency Network (Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı)
SMTÖ	Sosyal Medya Tutum Ölçeği
SMEKÖ	Sosyal Medya Eğitsel Kullanım Ölçeği
SPSS	Statistical Package For Social Science (Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi)
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
vd.	ve diğerleri
Bkz.	Bakınız
SPS	Sosyal Paylaşım Sitesi
BT	Bilişim Teknolojileri
FATİH	Fırsatları Artırma ve Teknolojiyi İyileştirme Hareketi

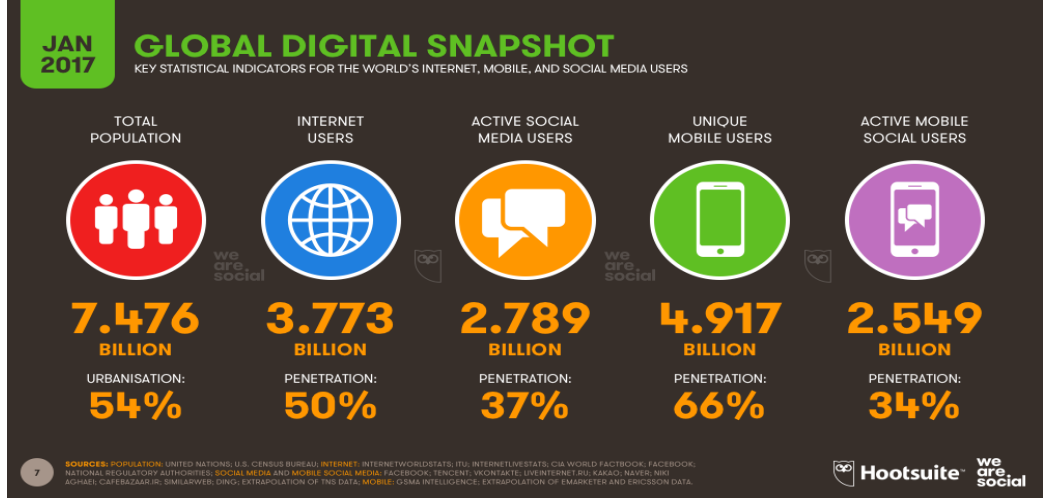
BİRİNCİ BÖLÜM: GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın esasını oluşturan problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın alt amaçları, araştırmanın önemi, sayıtları, sınırlılıkları ve araştırmaya ait kavramsal bilgilere yer verilmiştir.

1.1.Problem Durumu

Teknolojideki hızlı gelişim, bilginin tüm dünyada hızlı bir şekilde yayılması, interneti daha önemli bir hale getirmiştir. Bilgiye ulaşmada ve bunu yaygınlaştırmada en önemli iki öge internet ve bilgisayardır. Bütün dünyada artık insanlar aktif internet kullanıcısı haline gelmiştir. Çocuk, genç, yaşlı demeden herkes gününün büyük bir zamanını internette harcamaktadır. Geçmiş yıllarda haberleri takip etmek için gazeteler kullanılırken günümüzde internet kullanılmaktadır. Çocuklarımız artık oyun oynamak için arkadaşlarıyla buluşmak yerine online oyun sitelerini takip etmekte, bizler ise arkadaşlarımızla görüşmek için internet kullanmaktayız. Bu sonuçlar ise hayatının her alanında interneti bulunduran bir internet toplumu ortaya çıkarmıştır. Bu toplum yapısı ile birlikte kültür, gelenek ve görenekler, eğitim, iletişim, yasalar vb. alanlarda da değişmeler meydana getirmiştir. Teknoloji ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan iletişim, içerik paylaşımı, haberleşme, gibi öğeleri içinde barındıran en önemli kullanım alanı ise sosyal medyadır.

Çağımızda adeta bir bilgi devrimi yaşanmaktadır. İnsanlar arasında haberleşme, iletişimi sağlayan araçların gelişmesinin sonucu olarak ortaya çıkan sosyal paylaşım siteleri, insanları ortak bir platform içerisinde toplamakta ve bu platformda insanların istedikleri zamanda ve mekânda, fikir alışverişinde bulunabilmesini, fotoğraflar-videolar paylaşmasını sağlamaktadır. Sosyal medya; Facebook, Twitter, İstagram, Youtube, Whatsapp ve bunlara benzer birçok sosyal ağlardan oluşmaktadır. Sosyal ağlar, insanların birbirleri ile iletişimini sağlamakla birlikte karşılıklı olarak yapmış oldukları paylaşımları da takip etmelerini sağlar. Sosyal medya ve internet kullanımı ile ilgili olarak, Ocak 2017 de Dijital pazarlama ajansı We Are Social, Hootsuite işbirliği ile yapılmış olan araştırma bir rapor halinde sunulmuştur. 'Digital in 2017 Global Overview' birçok ülkeden topladığı raporunda; internet ve sosyal medya kullanımı ile ilgili istatistiksel bilgilere yer vermiştir.



Şekil 1.1. Global Dijital Veriler (WEB1, 2017)

Şekil 1.1'e göre, dünya nüfusunun 7 milyar 476 milyona ulaştığı görülmektedir, bu nüfusun %50'si yani 3 milyar 773 milyonu internet kullanıcısıdır. 2 milyar 789 milyon insan aktif olarak sosyal medyayı kullanmaktadır ve bu miktar dünya nüfusunun %37'lik kısmına denk gelmektedir. Mobil cihaz kullanım oranı ise toplam nüfusun %66'sını göstermekte olup 4 milyar 917 milyon kişiyi kapsamaktadır. Akıllı telefon üzerinden sosyal ağların kullanımı %34'lük oranla 2 milyar 549 milyon kişiyi içine almaktadır. Bu veriler incelendiğinde dünyadaki internet ve sosyal medya kullanım oranlarının ne kadar yüksek olduğu görülmüştür. Aynı şirket tarafından yayınlanan 27 Ocak 2016 verileri incelendiğinde dünya nüfusu 7 milyar 395 milyon olarak bulunmuştur, dünya nüfusunun 3 milyar 419 milyonunun internet kullanıcısı olduğu, %31'lik kısmına denk gelen 2 milyar 307 milyon insan aktif olarak sosyal medyayı kullandığı Mobil cihaz kullanım oranı ise toplam nüfusun %51'ini göstermekte olup 3 milyar 790 milyon kişiyi kapsadığı, Akıllı telefonla sosyal ağların kullanımı ise %27'lik oranla 1 milyar 968 milyon kişiyi içerdiği belirtilmiştir. Bu veriler incelendiğinde 2016 yılından 2017 yılına dünyada internet ve sosyal medya kullanımının arttığı da görülmektedir.

olarak kullanılabilir (Grosbeck ve Holotescu, 2008, s. 17). Sosyal paylaşım siteleri bahsedilen bu özelliklerinin dışında eğitim içinde önemlidir. Özellikle sağladığı zengin öğrenme ortamı, çeşitli ders materyalleri, harmanlanmış öğrenme ve öğrenme-öğretme sürecini desteklemesi, öğretmeninde bu ortamı takip etmesinden dolayı önemlidir.

Ülkemizde yapılan araştırmalar sonucu; sosyal medya kullanımının çok fazla olması, gençlerin sosyal medyada çok vakit geçirmelerinden, eğitim hayatına da sosyal medyanın girmesinden dolayı öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanmaları ve sosyal medya tutumlarının düzeyleri merak edilmiştir. Eğitsel sosyal medya kullanımları ile sosyal medya tutumlarını etkileyen değişkenler ortaya konmaya çalışmıştır.

1.1.1. Problem Cümlesi

8. Sınıf öğrencilerinin eğitsel sosyal medya kullanımlarını ve sosyal medya tutumlarını etkileyen değişkenler nelerdir?

1.1.2. Alt Problemler

Bu araştırmanın alt problemleri şunlardır:

1) Denizli Kale ilçesindeki 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya sitelerinin eğitsel bağlamda kullanılmasına ilişkin düzeyi nedir?

2) Denizli/Kale ilçesindeki 8.sınıf öğrencilerinin Sosyal medya sitelerini eğitsel bağlamda kullanımları,

- a) Öğrencilerin cinsiyetine,
- b) Sosyal medyaya üye olup-olmama durumuna,
- c) Anne-baba eğitim düzeylerine,
- d) Gelir düzeylerine,
- e) Öğrenim görülen okullara,
- f) Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına,
- g) Sosyal medyaya üyelik süresine,

- h) Sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullandıkları araca,
- i) En çok kullandıkları sosyal medya sitesine,
- j) Sosyal medyayı en çok kullandıkları derslere göre farklılaşmakta mıdır?
- 3) Denizli Kale ilçesindeki 8. Sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ne düzeydedir?
- 4) Denizli/Kale ilçesindeki 8.sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları,
- a) Öğrencilerin cinsiyetine,
- b) Sosyal medyaya üye olup-olmama durumuna,
- c) Anne-baba eğitim düzeylerine,
- d) Gelir düzeylerine,
- e) Öğrenim görülen okullara,
- f) Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına,
- g) Sosyal medyaya üyelik süresine,
- h) Sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullandıkları araca,
- i) En çok kullandıkları sosyal medya sitesine,
- j) Sosyal medyayı en çok kullandıkları derslere göre farklılaşmakta mıdır?

1.2. Araştırmanın Önemi

Günlük hayatta sosyal medya artık yaşamın her noktasında yer almaktadır. Özellikle yeni nesil için vazgeçilemeyen bir durum haline gelmiştir. Yolda yürürken, kafede otururken, okullarda teneffüslerde ve her yerde öğrenciler sosyal medyadan ayrılamamaktadır. Ögel (2012)'inde dediği gibi sosyal medya, gençlik için varken yok olmayı, dokunmadan koklamadan sevmeyi, hayattan kaçmayı sağlamış, hayatın klavyeye sığmış hali olmuştur. Yaşamın her alanına nüfus eden internet, bireyin kimliğinin

kişiliğinin, benliğinin, geleceğinin oluşmasına, sosyalleşmesine sosyal çevresindeki iletişim örüntüleri ve etkileşimi kadar etkili olmaktadır.

Fen Bilimleri Dersi Öğretim Programının vizyonu ‘Tüm öğrencileri fen okuryazarı bireyler olarak yetiştirmek’ olarak tanımlanmıştır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013). Araştıran, sorgulayan, etkili kararlar verebilen, problem çözebilen, kendine güvenen, işbirliğine açık, etkili iletişim kurabilen, sürdürülebilir kalkınma bilinciyle yaşam boyu öğrenen fen okuryazarı bireyler; fen bilimlerine ilişkin bilgi, beceri, olumlu tutum, algı ve değere; fen bilimlerinin teknoloji toplum-çevre ile olan ilişkisine yönelik anlayışa ve psikomotor becerilere sahiptir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013). Fen Bilimleri dersinin amaçlarına daha kolay ulaşabilmek için teknolojiyi kullanılmak daha önemli hale gelmiştir. Bu yüzden fen, teknoloji, matematik ve mühendislik gibi alanların birbirleriyle entegrasyonunu sağlayan STEM eğitimi önem kazanmıştır. Teknolojinin fen eğitiminde kullanılması sonucu öğrencilerin derslerdeki başarılarının arttığına (Akpınar, Aktamış ve Ergin, 2005; Karamustafaoğlu, Çakır ve Topuz, 2012) dair çalışmalar da bulunmaktadır.

Bir öğretmen olarak kişisel gözlemlerimi de göz önüne aldığımda; artık okullarda öğrenciler tenefüslerde bahçeye çıkıp oyun oynamamakta, arkadaşları ile vakit geçirmemekte bunun yerine telefonlarıyla sosyal medyaya bağlanmakta ve sosyal medya da harcadıkları zamanı fark edememektedir. Çocuklar evlerinde de sosyal medyadan kopmamakta saatlerce burada zaman harcamakta, sosyalleşme ve iletişim ihtiyaçlarını neredeyse tamamen buradan karşılamaktadır. Çocuklar arasındaki bu yaygın sosyal medya kullanımı, internet ve teknolojideki gelişim eğitim alanında bir avantaj olarak kullanılması, öğrencilere hem kendi öğrenmelerini yönetme hem de daha aktif bir öğrenme ortamı sağlayabilir. Araştıran, sorgulayan, problem çözen, etrafına duyarlı bireyler teknolojinin eğitim ortamlarında kullanımı ile daha kolay yetiştirilebilir. Özellikle ergenlerde ki yaygın sosyal medya kullanımı ve Facebook’un üyeleri için koyduğu 13 yaş sınırından dolayı ilköğretim 8.sınıf öğrencileri ile bu çalışma yapılmıştır. Fen eğitimindeki teknoloji ayağı, günümüzde internet kullanımının küçük yaşlarda başlaması, internete erişimin kolaylaşması, okullarda bulunan akıllı tahtalar ve bilgisayar teknolojilerinden dolayı ilköğretim öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik özelliklerinin ortaya konularak gelecekteki çalışmalara ışık tutması ve eğitimde de verimli şekilde kullanılmasına yardım edeceği düşünülmektedir.

1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırma Denizli ilinin Kale ilçesinde öğrenim gören 290 sekizinci sınıf öğrencisinden toplanan veriler ile sınırlıdır.
2. Çalışmanın verileri 2016-2017 eğitim öğretim dönemini kapsamaktadır.
3. Araştırma, uygulanması kapsamında kullanılan veri toplama araçlarına (ölçeklere) verilen yanıtlar ile sınırlıdır.

1.4. Araştırmanın Sayılıları

1. Denizli / Kale ilçesindeki ortaokul sekizinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanımlarını ve sosyal medya tutumlarını ortaya koymak amaçlı sorulan sorular, öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanma ve sosyal medya tutumlarını belirlemek için yeterli sayılmaktadır.
2. Belirlenen araştırma yöntemi; bu araştırmanın amacına, konusuna ve problemlerinin çözümüne elverişlidir.
3. Çalışmaya katılan öğrencilerin, uygulanan ölçme araçlarına samimi yanıtlar verdiği sayılmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde, araştırmanın temellerini oluşturan alan yazın incelemesi ve yurt içi ile yurt dışı araştırmalarına yer verilmiştir.

2.1. İnternet

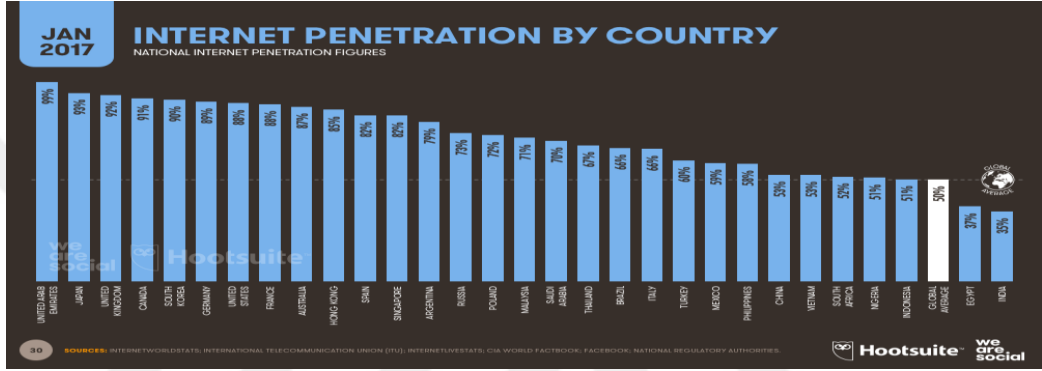
İnternet ilk olarak 1962 yılında Licklider tarafından hayal edilmiştir. Daha sonra Kleinrock tarafından teknik alt yapısının temeli atılmıştır. Bu alt yapı çalışmalarından sonra internetin tam anlamıyla oluşması 1969 yılında olmuştur (Gündoğdu, 2006, s. 8). 1969'larda Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı bir deney başlatmış, felaket anında çalışmaya devam edebilecek bilgisayarların birbirine bağlanarak oluşturulduğu bir ağ sistemi kurmayı amaçlamıştır. Bu ağın ya da projenin adı ARPANET'tir. Savunma amaçlı başlayan bu proje, üniversitelerin ve bazı devlet kuruluşlarının da katılımıyla büyümüş, 'internet' adı konularak dünyaya yayılmıştır.

Türk Dil Kurumu, İnterneti bilgisayar ağlarının birbirine bağlanması sonucu ortaya çıkan, herhangi bir sınırlaması ve yöneticisi olmayan uluslararası bilgi iletişim ağı olarak tanımlamaktadır (TDK, 2017). Ergenç'e göre ise İnternet, İngilizce anlamı ağlar arası çalışma olan '*internetworking*' kelimesinden türemiştir. Bu kelime ana bilgisayarlar ve onunla çalışan ağları tanımlayan bir yapıyı temsil etmektedir. Bu yapı, uluslararası bir standart kullanarak bilgisayarların birbirleri ile iletişim kurmasını sağlamaktadır (Ergenç, 2011, s. 4).

Türkiye'de ise ODTÜ-TÜBİTAK işbirliği ile 1991 yılındaki TÜBİTAK-DPT projesiyle internet dünyasına girmiştir. 1993 yılında ise Türkiye genelinde kullanıma sunulmuştur (Erkul, 2009, s. 96). Türkiye'de ilk İnternet bağlantısı ise 12 Nisan 1993'te ODTÜ'den Washington arasındaki kiralık hat ile gerçekleştirildi. Türkiye'ye İnternet' in gelişi ve yaygınlaşması 1994' te başlamıştır. Türk Telekom'un, 1995 yılında açtığı ihale ile bir konsorsiyum tarafından oluşturulan TURNET, 1996 Ağustos ayında çalışmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra, Haziran 1996 tarihinde TÜBİTAK bünyesinde Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) adıyla yeni bir merkez kurulmuştur (Gündoğdu, 2006, s. 9).

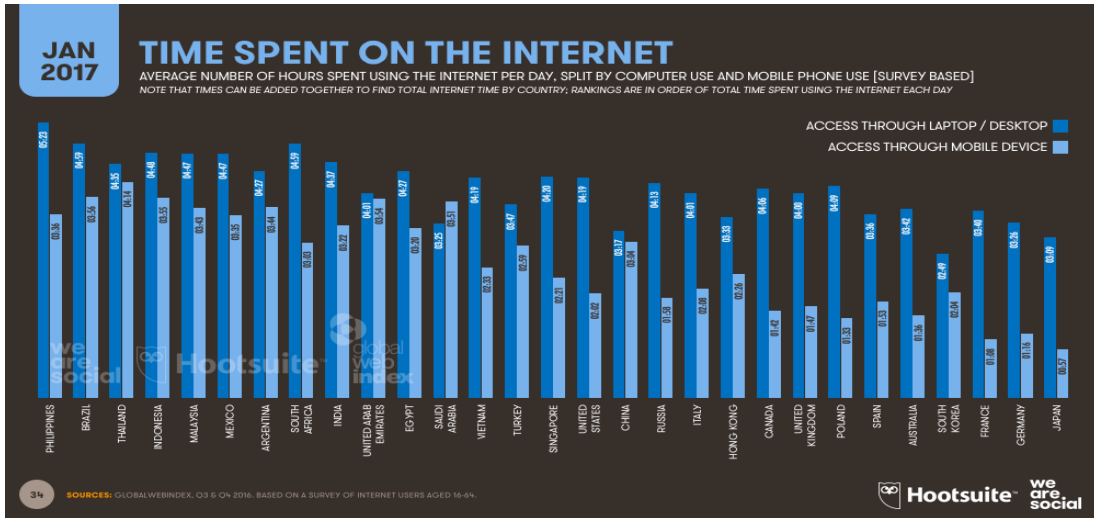
Dünyada ve ülkemizde internet kullanımını giderek artmaktadır. İnternetin kullanımının ne kadar arttığını gösteren en güncel çalışma, Ocak 2017 tarihinde We Are Social tarafından yapılmıştır. We Are Social 'Digital in 2017' raporu yayınlamıştır (WEB,2). Bu raporda 238 ülkeden toplanan verilere göre; dünyada nüfusunun büyük bir kısmının 1 tane akıllı telefona sahip olduğu ve internet trafiğinin yarısından fazlasının cep telefonlarıyla yapıldığı belirtilmiştir.

Aynı raporda ülkelerin internet kullanımları ile ilgili oranlar şekil 2.1'de verilmiştir.



Şekil 2.1. Ülkelerin İnternet Kullanımı (WEB1, 2017)

Gelişen teknolojiyle beraber Akıllı telefonunda internete bağlanabilmesiyle ve yaygınlaşmasıyla, iletişim internet aracılığıyla sağlanmaktadır. Şekil 2.1 We Are Social'ın yaptığı çalışmada ülkelere göre internet kullanım oranlarını içeren veriden elde edilmiştir, bu grafik incelendiğinde %99'luk bir kullanımla Birleşik Arap Emirlikleri ilk sırada , %35'lik kullanımla Hindistan en son sırada yer almaktadır. Türkiye, %60 internet kullanımı ile 21. sıradadır. Birleşik Arap Emirlikleri'nin zengin bir ülke olmasından dolayı internet, mobil cihaz teknolojilerine daha kolay ulaştığı için ilk sırada yer aldığını, Hindistan'ın ise tam tersi olarak fakir bir ülke olmasından dolayı son sırada yer aldığını söyleyebiliriz.



Şekil 2.2. İnternette Geçirilen Süre (WEB1, 2017)

Şekil 2.2'ye göre günlük internet kullanımına harcanan ortalama saat (masaüstü-mobil cihaz yoluyla) Filipinler dizüstü veya masaüstü bilgisayarla yaklaşık 5 saat, mobil cihazlarla ile yaklaşık 3.3 saat ile birinci sırada; Japonya ise dizüstü ve masaüstü bilgisayar 3 saat, mobil cihaz ile 57 dk ile sonuncu sırada yer almaktadır. Ülkemiz ise dizüstü veya masaüstü bilgisayarlar ile 3,4 saat, mobil cihazlar kullanarak 2,5 saat internete bağlanmakta olup 14. sırada yer almaktadır.

2.2. Web 2.0 nedir?

Web 2.0 0'Railly Medya tarafından 2004'de kullanılmaya başlanan bir sözcüktür. İkinci nesil internet hizmetlerini, yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlar (Erkul, 2009, s. 2). Web 2.0 dan önce internetin ilk zamanlarında Web 1.0 vardı. Web 1.0 döneminde internet kullanıcıları, aradıkları bilgiyi alıp ve okuyabiliyorlardı bunun dışında paylaşımda bulunmak, yorum yapmak ve sitedeki bilgiye katkı sağlamak gibi eylemlerde bulunamıyordu. Diğer bir deyişle Web 1.0 döneminde internet kullanıcısı pasifti. Zamanla artan, gelişen internet kullanımıyla beraber Web 1.0 internet kullanıcılarının ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamadığı için daha çok etkileşimin olduğu Web 2.0 ortaya çıkmıştır. Web 2.0 teknolojilerinde internet kullanıcıları daha aktif, bir rol almaya başlamış ve bilgiyi tüketen konumdan çıkararak bilgi üretimde de etkili olmuştur.

Genel olarak Web 2.0 içeriğın sadece oluşturan tarafından kontrol edilmediği, etkileşimin olduğu ikinci nesil teknolojidir (Bayram, 2012, s. 6, Erkul, 2009, s. 97). İşte sosyal medya kavramı da bu teknolojiyle ortaya çıkmıştır (Karaduman, Kurt, 2010, s. 1; Erkul, 2009, s. 97). İletişimin, etkileşimin, paylaşımın üst dűzeyde olduğu bu teknoloji ile farklı internet ortamları aktif hale gelmiş, sosyal ağlar ۆnem kazanmıştır (Karal, Kokoç, 2010, s. 251-252). Katılımcı web, okunan-yazılan web, insan odaklı web ve bilgi web olarak da adlandırılan web 2.0 bu ۆzellikleri ile çift yۆnlű bir sistem haline gelmiştir (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012, s. 3). Web 2.0 teknikleri ile yapılan siteler daha fazla kullanıcı merkezlidir.



şekil 2.3. Web 2.0 (Yıldırım ve Kaplan Akıllı, 2012).

Web 2.0'nin de en büyük getirisi sosyal medyadır (Ök, 2013, s. 6; Karal ve Kokoç, 2010, s. 251-252). Günümüzde içinde bulunduğumuz dönem Web 2.0 dönemidir ve Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest vb. sosyal ağlar bu dönemin ürünüdür. Sosyal ağlar sayesinde Web 2.0 kullanımını da artmış ve dűnyada milyonlarca insan arasında yaygınlaşmıştır. İnsanlar birçok işini internet üzerinden yapmakta ve bu işlerini yaparken bazen aradığı sonuçları bulamamakta ya da sonuçlara ulaşırken zorluk yaşamaktadır. Aradığımız sonuçları daha kolay bulabileceğimiz, makinaların bize en doğru bilgiyi saniyeler içinde sunabileceği web 3.0 döneminden bahsedilmektedir. Web 3.0 ile birlikte bilgiyi insanlar gibi hafızaya alan, en uygun olanı sunabilen bir nevi yapay zekalı bilgisayarlardan oluşan bir dönem gelecektir.

2.3. Sosyal Medya

Sosyal Paylaşım Siteleri (SPS) (bazı kaynaklarda Sosyal Medya, Sosyal Ağ), birbirinin aynısı tanımı duymanın mümkün olmadığı, çok geniş anlamlı bir terimdir (Poynter, 2010, s. 208). Web 2.0 teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte 1995 yılında faaliyete geçen ‘Classmates.com’ sitesi, bu alanda oluşturulan ve bireylerin okul arkadaşlarını bulunmasına olanak sağlayan ilk sosyal medya ortamıydı (Ucun, 2012, s. 16-17). Sosyal medya kelimesi yerine bazı kaynaklar da Web 2.0’da kullanılmaktadır. Sosyal medyanın temelinde paylaşım ve iletişim yatar. Sosyal medya kelimelerle, resimlerle, seslerle ve videolar ile teknolojiyi bir araya getirir (Baş ve Keskin, 2015, s. 54).

Alan yazında çeşitli tanımlamalar olmasına rağmen en derli toplu çalışma Boyd ve Ellison tarafından 2007 yılında yapılmıştır. Bu çalışma sonrasında SPS akademik alan yazına işlenmiştir. Sosyal paylaşım siteleri, bireylerin sınırlı bir sistemde dışarı açık ya da yarı açık bir profil oluşturmalarına, aynı sistem içindeki bağlantıda oldukları diğer kullanıcıların profillerini listelemelerine, kendilerinin ya da sistem içerisindeki diğer kullanıcıların oluşturduğu bağlantı listelerine bakmalarına ve takip etmelerine imkan veren web tabanlı sistemler olarak tanımlanabilirler (Boyd ve Ellison, 2007, s. 215). İnternette var olmanın göstergesi olan sosyal medya; Facebook, Youtube, Twitter gibi platformlarda kullanıcılarına o an nerde olduklarını, neler yaptıklarını, sakladıkları düşüncelerini, çektikleri videolarını paylaşabilmelerini sağlamakta içeriklerini kendilerinin oluşturduğu paylaşımlara imkân verebilmektedir. İçeriklerin kullanıcılara özgü olması özelleştirilebilmesi sosyal medyanın en önemli avantajlarından birisidir (Büyükşener, 2009, s. 5). Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir ve aşağıdaki özellikleri içerir (Mayfield, 2008, s. 6).

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.

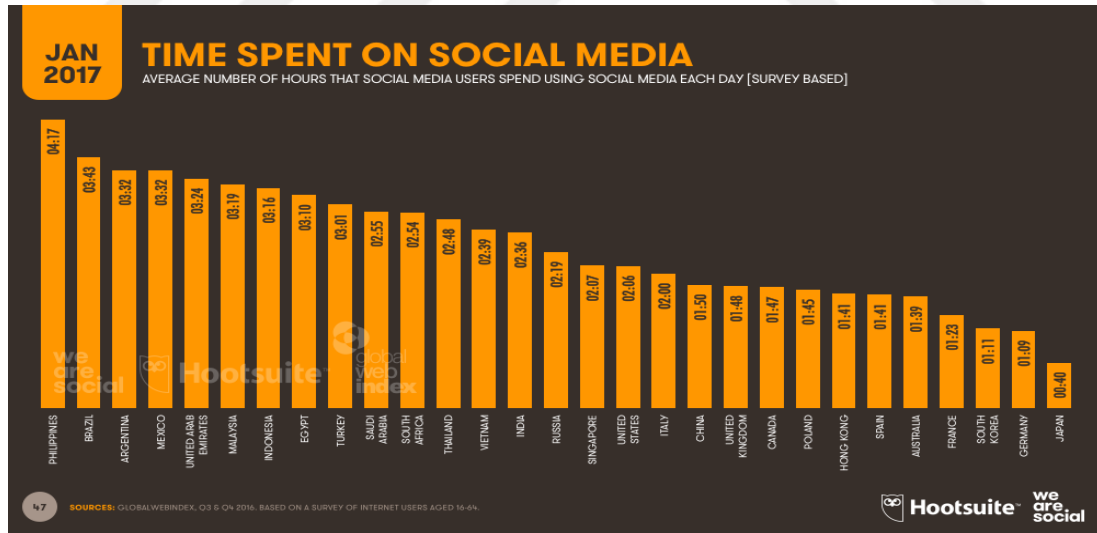
Açıklık: En çok sosyal medya servisleri geribildirime ve katılımcılara açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaret aşılarlar. Bunlar çok nadir ulaşımaya yönelik engeller koyarlar.

Konuşma: Geleneksel medya yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya olanak tanınması bakımından daha iyidir.

Toplum: Sosyal medya topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin verir. Topluluklar da böylece sevdikleri fotoğraf, politik değerler, favori TV şovları gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşırlar.

Bağlantılılık: Sosyal medyanın çoğu türü, bağlantılı işler gerçekleştirir; diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanır.

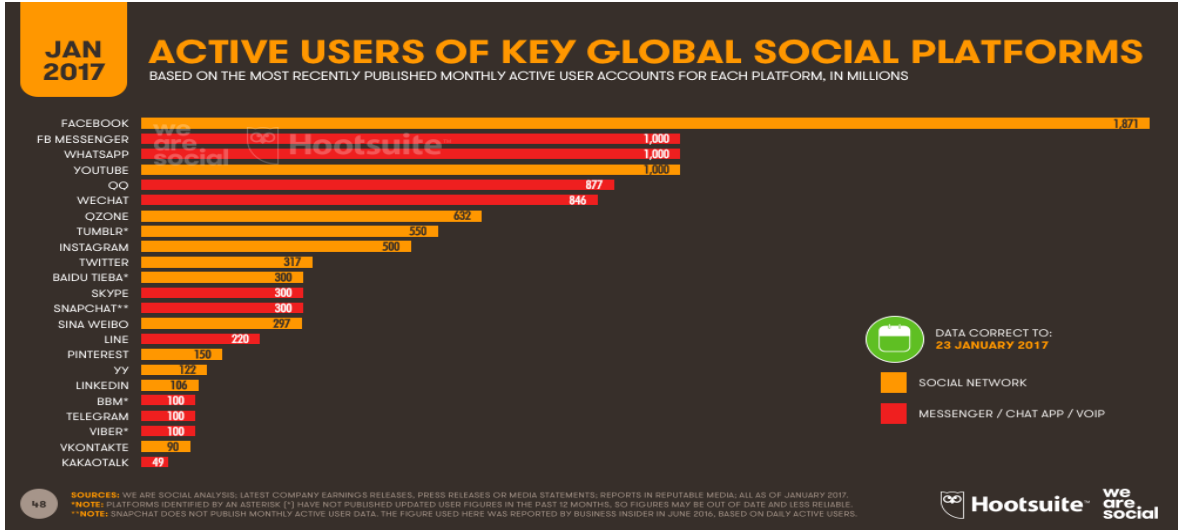
Hazar (2011), yakın bir zamanda internet kullanımının önemli bir bölümünün sosyal medya tarafından sağlanacağını belirtmiş ve sosyal medya uygulamalarının artık sadece iletişimi sağlamakla kalmadığını, oyun, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok konuyu da kullanarak, bireylerin hemen her ihtiyacını karşılamakta olduğunu belirtmiştir. Hazarın 2011’de söylemiş olduğu bu sonuçları ise günümüzde yapılan çalışmalar haklı çıkarmaktadır. 2017 Ocak ayında yapılan en güncel çalışma olan ‘We Are Social’ tarafından yayınlanan rapordaki sosyal medya kullanımı ile ilgili veriler Şekil 2.4 ve Şekil 2.5’te verilmiştir.



Şekil 2.4. Sosyal Medyada Geçirilen Süre (WEB1, 2017)

Şekil 2.4 incelendiğinde sosyal medyada geçirilen günlük sürede Filipinler 4 saat 17 dakika da ilk sırada yer alırken, Japonya 40 dakika ile son sırada yer almaktadır. Türkiye ise 3 saat 1 dakika ile 9.sırada yer almaktadır. Burada da ülkemizde günlük sosyal

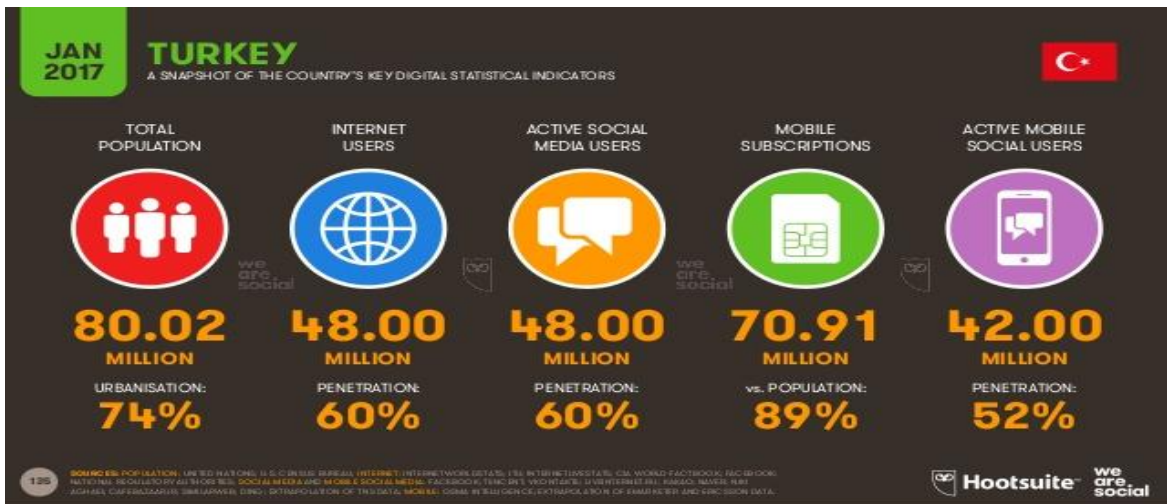
medya kullanım oranının fazlalığı dikkat çekmektedir. Aynı zamanda bütün dünyada insanların az ya da çokta olsa bir şekilde sosyal medya da zaman geçirdikleri görülmektedir.



Şekil 2.5. Sosyal Medya Platformlarının Aktif Kullanıcı Sayıları (WEB1, 2017)

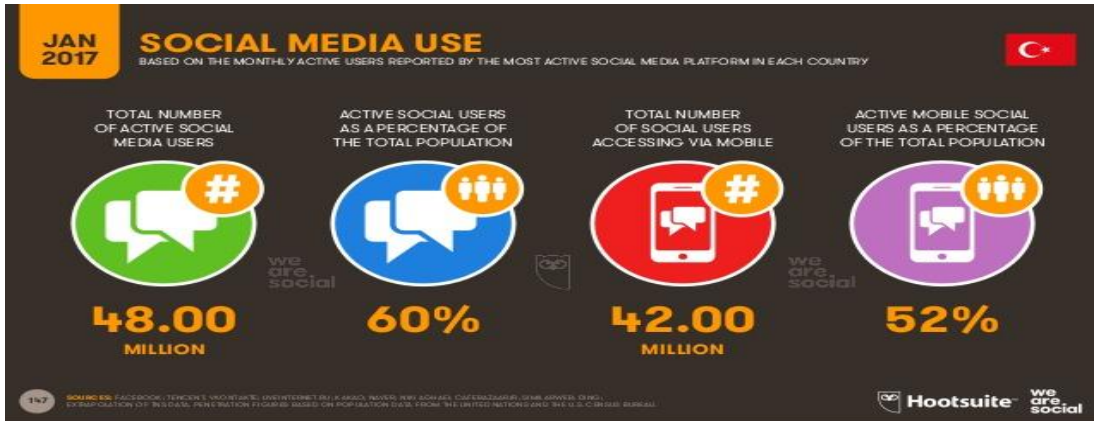
Şekil 2.5'e göre dünyada bir milyar 871 milyon ile en çok Facebook, bir milyar kullanıcı ile 2. sırada Messenger yine bir milyar kullanıcı ile WhatsApp 3. sırada yer alırken, en az ise 49 milyon kullanıcı ile Güney Kore'de bir sohbet uygulaması olarak kullanılan kakao talk sitesi yer almaktadır.

2.3.1. Sosyal Medya ve Türkiye



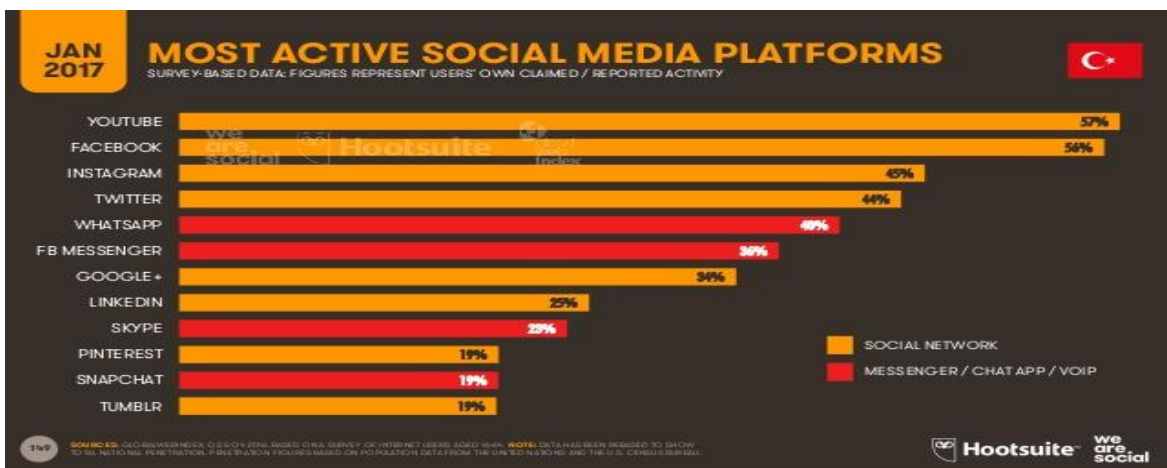
Şekil 2.6. Türkiye'deki Dijital Mevcut Durum (WEB1, 2017)

24 Ocak 2017 tarihinde yayınlanan Türkiye raporuna ait oranlar değerlendirmelere Şekil 2.6'ya bakıldığında ülkemizin toplam nüfus 80.02 milyon kişidir. Toplam nüfusun %60'lık oranını oluşturan 48.00 milyon kişi aktif olarak internet kullanmaktadır. Aynı zamanda sosyal medyayı kullananların oranı ise internet kullananların oranı ile aynı yani %60'tır ve bu da 48 milyon kişiye tekabül etmektedir. Yaklaşık 71 milyon kişi ise mobil cihaza üyedir ve bu da nüfusun %89'dur. Akıllı telefon üzerinden sosyal ağları kullanan 42 milyon kişi nüfusun %52'sini oluşturmaktadır.



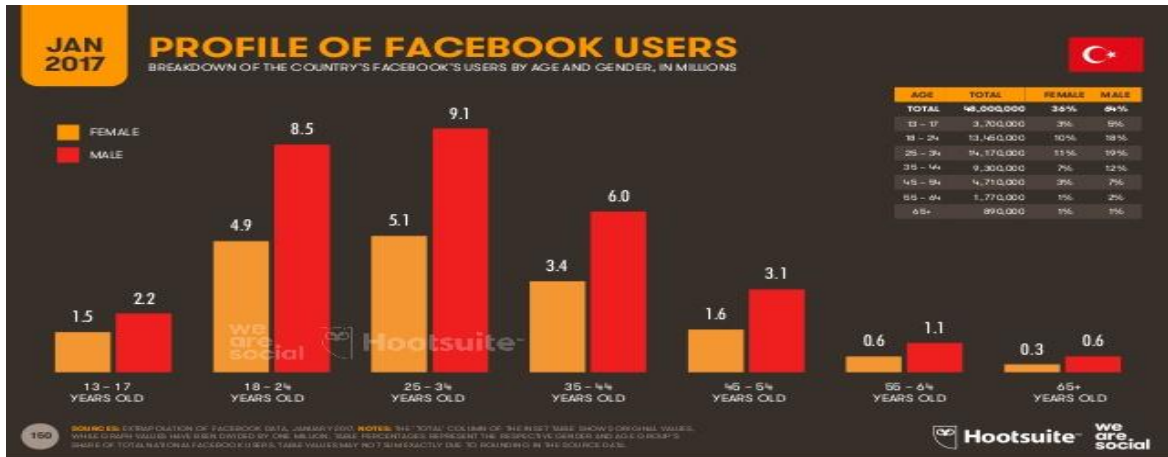
Şekil 2.7. Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanımı (WEB1, 2017)

Ülkemizdeki sosyal medya kullanımı ele alındığında, 48 milyon kişi yani toplam nüfusun yüzde 60'ı sosyal medyayı kullanmaktadır. 42 milyon kişi sosyal medyaya Akıllı telefon ile bağlanmakta olup bu da nüfusun %52'sine tekabül etmektedir.



Şekil 2.8. Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları (WEB1, 2017)

Şekil 2.8'e göre, Ülkemizde birinci sırada kullanılan sosyal medya platformu %57'lik oranla Youtube' dur. Youtube'u sırasıyla; ikinci sırada %56 oranla Facebook, üçüncü sırada %49 oranla Instagram, dördüncü sırada %44 oranla Twitter, beşinci sırada %40 oranla WhatsApp, altıncı sırada %36 oranla Messenger, yedinci sırada %34 oranla Google+, sekizinci sırada %25 oranla LinkedIn, dokuzuncu sırada %23 oranla Skype, onuncu sırada ise %19 oranlarla Pinterest-Snapchat ve Tumblr izlemektedir.



Şekil 2.9. Türkiye'deki Facebook Kullanıcı Profili (WEB1, 2017)

Şekil 2.9'a göre ülkemizde kullanım oranı olarak 2. sırada yer alan sosyal medya platformu olan Facebook kullanıcılarının yaşları ile ilgili veriler incelendiğinde, ülke nüfusumuzun 43 milyonluk bir kısmı bu sosyal medya platformuna üyedir. Facebook kullanıcılarının %36'sı kadın %64'ü erkektir ve Facebook'u en çok kullanan yaş grubu 25-34 yaş aralığındaki kullanıcılarıdır. Bu yaş grubunu sırasıyla; 18-24 yaş arası, 13-19 yaş arası, izlemektedir. En az 65 ve üstü yaş grubu Facebook kullanmaktadır.

2.4. Sosyal Medya Çeşitleri

Mayfield (2008, s. 6) sosyal medya araçlarını basit bir şekilde ayırmıştır:

1. Sosyal Ağlar, 2. Bloglar, 3. Vikiler, 4. Podcast, 5. Forumlar, 6. İçerik Toplulukları, 7. Microbloglar.

2.4.1. Sosyal Ağlar:

Ağ, birbirleriyle bilgiyi ve kaynakları paylaşmak üzere birleştirilmiş bilgisayar ve bilgisayar donanımlarına verilen genel addır. Bu ağ sayesinde dünyanın bir başka yerindeki bilgisayara bağlanmak kapı komşunuzla iletişim kurmak gibi kolaydır. Kişi bir kez

internete girdiğinde örümcek ağının ortasındadır ve bu ağda her tel bir başka bilgisayarla alışveriş sağlar. İşte sörf yapmak terimi farklı yerlere yapılan ağ üzerindeki yolculuk olarak bu noktada ortaya çıkar (Wingate, 1997, s. 4-7). Genellikle, sosyal ağ sitelerindeki üyeler, biyografileri, fotoğrafları ve bazı diğer kişisel bilgilerinin yer aldığı alanlarla, kişisel profil sayfasına sahiptirler. Buna ek olarak yorumda bulunabilen diğer site üyeleri, resim ve isimleri için bir yazı boşluğuna sahiptir. Örneğin, Flickr fotoğrafların postalanmasını, etiketlenmesini ve fotoğraflara yorum yapılmasını destekler, Youtube da aynı zamanda videolarda bu özellikleri desteklemektedir. Daha özel siteler, insanları benzer okuma tercihlerine bağlayan ‘ConnectViaBooks’ ve yararlı iş bağlantıları ve ilişkileri yaratmayı amaçlayan ‘LinkedIn’, içerir (Thelwall, 2008, s. 728).

Sosyal ağ platformlarında kullanıcılar, kendilerine ait hesap açıp, profil oluşturabilir, arkadaşları ile iletişim kurabilir, resim, video paylaşabilirler. Sosyal ağlar sayesinde eski arkadaşlarımızı bulabilir, yeni arkadaşlıklar kurulabiliriz, haber paylaşıp ya da paylaşılan bir habere istediğimiz zaman kişisel yorumlar ekleyebiliriz. Sosyal ağların gelişimi ile birlikte bireylerin birbirleri ile iletişimi de farklılaşmıştır. Dünyanın bir ucundaki arkadaşımızla sanki yanımızdaymış gibi görüşmekte paylaşımlarda bulunmaktayız. Sosyal ağlar bireylere aktif katılım, kendini daha rahat hissetme, anında dönüt imkânları verdiği için kullanım oranı yüksektir. Bu etkilerinden dolayı sosyal ağlar giderek toplumların yapısını da değiştirmekte ve etkilemektedir.

SOSYAL AĞLARDA SINIFLANDIRMA					
KATEGORI	Arkadaşlık ve Çevre Edinme	Sosyal İş Ağları	Çöççatanlık Ağları	Mezuniyet Ağları	Marka Sosyal Ağları
AMAC	Sosyal Çevre Odaklı	Kariyer ve İş Geliştirme	Ruh Eşini Bulma, Evlilik	Mezunlar ve Aynı Okul Okuyanlar	Marka Tutkunları Marka Eçileri
	  	  	   	  	  
<p>* Sosyal Ağlar burada verilen marka örnekleri ile sınırlı değildir. Sınıflandırmayı örneklendirmek için seçilmişlerdir * Facebook 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencilerini bir araya getiren bir sosyal paylaşım sitesi olarak kuruldu. Ancak diğer kategorilerde hizmet ediyor.</p> <p>Tasarım Ercüment Büyükgener 2009 - Türkiye İnternet Konferansı: Sosyal Ağlar Konuşması</p>					

Şekil 2.10. Sosyal Ağlarda Sınıflandırma (Büyükgener, 2009)

2.4.1.1. Myspace. Myspace; 2003 yılında Thomas Anderson ve Chris DeWolfe tarafından ABD'nin Santa Monica, California eyaletinde yayın hayatına başlamış, sanal ortamda iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal ağ servisedir (Kenanoğlu,

2016, s. 16). Myspace, daha çok müzik ve video paylaşma imkânı sunan bir sosyal ağ sitesidir. Thomas Anderson tarafından ‘a place for friends’ (arkadaşlık yeri) sloganını kullanmakta ve Facebook’ la birlikte kullanıcısı en hızlı artan sosyal ağ olarak bilinmektedir (akt: Bat, 2012, s. 62). Myspace, diğer sosyal ağların (Facebook, Twitter gibi) hesapları aracılığıyla da kayıt yapıla bilinir. Bu site sayesinde; müzik, video paylaşılıp, arkadaşlık kurulabilmektedir. Günümüzde birçok sosyal ağların ortaya çıkması sonucu popülaritesini yitirmiştir.

2.4.1.2. Facebook. Facebook, Mark Zuckerberg ve birkaç arkadaşı tarafından, şubat 2004 yılında kurulmuştur. Facebook kurulduğunda ilk amacı Harvard Üniversitesi öğrencilerinin resimlerinin ve kısa bilgilerinin bulunduğu bir rehber eksikliğinden doğan bir ihtiyaçla yaratılan Facebook’a daha ilk çevrimiçi olduğu anda 450 üye kayıt olmuş ve 22.000 fotoğraf yüklenmiştir. Harvard Üniversitesi öğrencileri tarafından önce ‘Facemash’, kısa bir süre sonra da ‘the Facebook.com’ tanınmış ve yayılmıştır(Durmuş, Yurtkoru, Ulusu, Kılıç, 2010, s. 53). 11 Eylül 2006 tarihinde ise Facebook tüm e-posta adreslerine, yaş sınırlandırmalarıyla kullanıma açılmıştır.

Herhangi bir mail adresi ile üye olunduktan sonra Facebook kullanılabilir. Geniş bir uygulama yelpazesi sunan Facebook üyelerine, fotoğraf paylaşımı, video paylaşımı, mesajlaşma, telekonferans, dürtmeler, oyunlar vb. uygulama (Facebook API) seçenekleri sunmaktadır. Ayrıca Facebook’ta farklı sitelerde bulunan bir bağlantı düğmesi ile içeriklerin kolayca üyelerinin kendi profillerinden paylaşımlarına olanak sağlaması sitenin popülaritesini oldukça arttırmaktadır. Yine site bünyesinde bulunan grup, etkinlik ve oyunlar sayesinde kullanıcılarına eğlenceli aktiviteler sunmaktadır. Sağladığı güvenlik seçenekleri ile profiller gizli hale getirilebilir, paylaşımların sadece arkadaşlık listelerinde görüntülenmesi sağlanabilir, aramalara kapatılabilir, mesaj atmalara kapatılabilir vb. Aynı şekilde oluşturulan gruplarda güvenlik ayarları ile sadece davet edilen kişiler tarafından kullanılması sağlanabilir (Kenanoğlu, 2016, s.19).

Türkiye ise 2008 yılı itibariyle dünya genelinde Facebook kullanıcı sayısı en hızlı artan ülkelerden biri olarak 3 milyon kullanıcıya ulaşmış durumdadır. Ülkemizde, büyük ilgi çeken siteye, üyeler cinsiyet, yaş, cinsel tercih, siyasi ve dinî görüş, eğitim durumu ve çalıştığı işyerleri başta olmak üzere çok sayıda bilgiyi kaydedebilme imkânına sahiptir. Facebook’a üye olan internet kullanıcılarının bu bilgileri vermeme hakkı bulursa da,

üyelerin büyük çoğunluğu özel hayatına ilişkin birçok bilgiyi yakın arkadaşlarıyla paylaşmak amacıyla profiline eklemektedir.

Facebook'u diğer sosyal ağ sitelerinden ayıran en önemli özelliği, hem geleneksel medyada geniş yer alması, hem de uygulama alanını sürekli genişletip geliştirmesidir. Ayrıca Facebook, kuruluşundan bu yana sürekli olarak kullanıcıların ihtiyaç ve taleplerini göz önünde bulundurarak kendini güncelleyebilmektedir. Facebook'u diğer sosyal ağ sitelerinde ayıran bir diğer özellik ise, diğer sosyal ağ siteleri daha çok yerel düzeyde kalırken, Facebook kullanımının tüm dünyaya yayılmış olmasıdır (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, 2009, s. 38-41).

2.4.1.3. LinkedIn. Profesyonel olmak isteyenlerin iş hayatına ilişkin bilgilerini paylaştığı 2002'de temeli atılan 5 Mayıs 2003'te kullanılmaya başlanan bir sosyal medya sitesidir (Demirel, 2013, s. 37-38). Amacın sadece arkadaş bulmak olmadığı, kariyer bulmak ve bulunan kariyere yön vermek olan LinkedIn ile profesyonel arkadaşların bulunabileceğini söylemek daha doğrudur (Satıl, 2011, s. 55). Bu siteye üye olunduktan sonra diğer paylaşım sitelerinde de olduğu gibi arkadaş listesi oluşturabilmekte, paylaşımlarda bulunabilmektedir. Bu sitenin diğer sitelerden farklı özelliği ise üyelerine iş bulma ya da çalışan arama imkânı vermesidir.

2.4.1.4. Pinterest. Pinterest Türkçe de 'iğnelemek' anlamına gelmektedir. Pinterest daha çok görsel paylaşımlarda bulunabilen bir sitedir. İlgi alanına göre istenilen görselli kendi oluşturmuş olduğunuz panonuza 'repin' yaparak alabilir ya da 'like' yaparak beğenebilirsiniz. Pinterest görsel bir site olduğu için dil sınırını ortadan kaldırmakta, tüm dünyadaki farklı dil ve kültürdeki insanları takip etmeye olanak sağlamaktadır. Bu uygulamada Türkçe dil seçeneği mevcuttur ve uygulamaya üye olmak ücretsizdir.

2.4.2. Bloglar (Ağ Günlüğü, Weblog)

Blog terimi, 'Web' ve 'Log' kelimelerinin birleşmesinden oluşan Weblog' un kısaltılmasıdır. Bloglar, bir günlük biçiminde sunulan web siteleri olarak bilinmektedir. Bir blog, genellikle bireyler ya da gruplar tarafından, son zamanlarda işletmeler tarafından sürdürülen, geniş bir izleyici kitlesi için yorumlar ve fikirler sunan web sitesidir (Akar, 2010, s. 45). Bloglar, internet kullanıcılarının oluşturabildiği, içerik paylaştığı, güncellediği; kısaca içeriğe katkı sağladığı ve herhangi bir kod bilgisi gerektirmeyen Web

siteleridir. Başka bir deyişle, bloglarda hem sıradan kullanıcıların hem de profesyonellerin ürettiği içerik paylaşılmaktadır.

Blog, bireylerin duygularına göre kimliklerini belirleyebilmesine ve sıradan insanların kitlelerle iletişim kurmasına imkân sağlamaktadır (Perlmutter, 2008, s. 10). Kısaca bloglar insanların kendini rahatça ifade edebildiği, düşünce ve duygularını özgürce paylaşarak karşı taraftaki blog takipçileriyle çift taraflı etkileşimin sağlandığı sosyal medya ağlarındandır.

2.4.3. Wikiler

Wikiler, iş birliğine dayalı bilgi paylaşımının yapıldığı web siteleridir. Bu sitelerde paylaşılan bilgilerin her biri tekrar edilmeye uygun şekilde tasarlanmaktadır (Köksal, 2012, s. 42). Wikiler oluşumuna herkesin katkıda bulunduğu sanal bir ansiklopedidir. Kullanıcıların bu sayfalara girerek herhangi bir konu hakkında yazılmış bilgileri değiştirebilecekleri açık kaynak ortamlarıdır (Bostancı, 2010, s. 25).

Wikiler, oluşturulmaya başladığı günden günümüze kadar kişilerin katılımıyla adeta imece usulü bir ansiklopedi oluşturma projesi gibidir. Buralardaki aranan içeriklere kullanıcılar üye olmadan bilgi eklemesi yaparak içeriğin genişlemesini sağlamaktadır. Dikme (2013), bunu şu örnekle açıklamıştır: Türkiye'deki kuşlar hakkında bir viki oluşturmuş olan birini ele alalım. Vikiyi oluşturan kişi, vikiye 'Türkiye de ki kuş türleri' başlığını verir, bir açıklama sağlar ve benzer ilgi alanlarına sahip kişileri üye yapıp bu kişilere yeni sayfalar oluşturmaları ve var olan sayfaları düzenlemeleri için erişim izni verir (Dikme, 2013, s. 10-11).

2.4.3.1. Wikipedia. Wiki teknoloji ile hazırlanan, birçok dilde yaptığı yayınla bilinen sanal bir ansiklopedidir. Kullanıcıların değişiklik yapabildiği ansiklopedi hiçbir zaman tamamlanmış olmayacaktır (Bostancı, 2010, s. 64). Wikipedia'nın birçok dilde ücretsiz bilgi paylaşan ve dünyanın en büyük ansiklopedisi olduğu söylene bilinir. Wikipedia bu özelliği ile tek yazarlı içerik paylaşımını ortadan kaldırmaktadır. Ocak 2001'de hizmete giren wikipedia, 2003'ten itibaren de Türkçe kolu olarak wikipedi adıyla hizmet vermeye başlamıştır(Bostancı, 2010, s. 64). 2001 yılında hizmete giren, kullanıcılardan alınan bilgilerin uzmanlar tarafından onaylanması ile güvenilir bilgiye ulaşılabilen Wikipedia ülkemizde 2017'de erişime kapatılmıştır. Bunun sebebinin ise ülkemiz ve terörü aynı düzeyde gösteren karalama içeriklerine yer vermesinden kaynaklı

olduğu belirtilmiştir. Wikipedia'dan sonra en çok bilinen wikiler ise şu şekilde sıralanmaktadır:

Wikia: Farklı konularda wiki lerin topluluğudur.

WikiHow: Her şeyin nasıl yapılması ile ilgilidir. Kahve yapmaktan, ticari projelerin yazılmasına kadar kullanılan pratik bir kılavuzdur.

Wikinews: Wikipedia'nın haber projeleri ile ilgilidir (Mayfield, 2008). Birçok ülkeden yazarının olduğu ve haberlerin paylaşıldığı wikidir.

2.4.4. Podcasts

Podcasting terimi, MP3 çalarlar arasında popüler olan marka 'iPod' ve İngilizce'de yayınlamak anlamına gelen 'Broadcasting' sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Podcastlar görsellik ve ses içeren dosyaların istenildiği zaman taşınabilir dijital araçlarla (tablet, bilgisayar, cep telefonu vb.) takip edilip, dağıtılmasını sağlar. Podcast web üzerinden ses yayınlanmasıdır. Podcastler işitsel materyallerle öğrenenlere uygun bir içerik sunar ve bunun yanında sözlü sunumlara göre daha ekonomiktir. Etkileşim amaçlı kullanılmamalarına rağmen oldukça yaygın tercih edilmektedirler. Öğrenciler ses günlüklerini, açıklamalarını ve yazma sonuçlarını yayınlatabilirler (Özerbaş, Mart, 2017, s. 1155). Karaman, Yıldırım ve Kaban (2008)'e göre, çoğunlukla küçük kayıtların (Mp3 vb.) sunulduğu, dersten önce hazırlık, kaçırılan ders ve konuların telafisi ve herhangi bir konu hakkında bilgi sahibi olma amaçları ile eğitimde kullanılabileceği gibi eğitimin sınıf dışına taşınmasını da desteklemektedir (s.35-36).

2.4.5. Forumlar

Yeni bir konu başlığıyla ya da eski başlık üzerinden kullanıcıların konuya ilişkin olarak diğer kullanıcılara yorumlarını (cevaplarını) yazarak fikirlerini savundukları bilgilendirme imkânı da sağlayan tartışmalardır (Wikipedia, akt: Atalay, 2014, s. 36-37). Forumlara üye olunup burada mesaj panolarındaki tartışmalar geriye dönük takip edilebilir ve tartışmaya katılabilirsiniz. Tartışma konuları açabilir ve diğer üyelerin fikirlerini öğrenebilirsiniz. Forumlar genel olarak bir moderatör tarafından kontrol edilip, forum kurallarının uygulanması sağlanır.

2.4.6. İçerik Toplulukları:

İçerik toplulukları sosyal ağlara benzerler; kayıt olmanız gereklidir, size ait bir sayfanız vardır, arkadaşlarınızla bağlantı kurabilirsiniz. Ancak içerik toplulukları daha çok belirli bir tip içeriğe odaklanmıştır. Bu sistemi anlatmanın en iyi yöntemi, içerik topluluğu sitelerinden en popüler birkaç örneğini tanımlamaktır.

2.4.6.1. Youtube. Kuruluş olarak 2005 yılında ortaya çıkan ve esasında video göstericisi olup aynı zamanda bir arama motoru görevi gören Youtube, yapılan araştırmalarda ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya sitesidir. Youtube ücretsiz üye olarak, burada bir kanal açabilir site yönetiminin uygun gördüğü videoları paylaşabilir ve paylaşılan videoları izleyebilirsiniz.

Temel amacı, kullanıcılar arasında çeşitli türdeki içeriklerin paylaşılması olan içerik paylaşım topluluklarındaki kullanıcılar, kişisel bir profil sayfası oluşturmak zorunda değildir, ancak oluşturdukları takdirde bu sayfalar genellikle sadece kullanıcının o siteye katıldığı tarih ve paylaştığı içeriklerin sayısı gibi basit bilgilerden oluşmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010, s. 63). Youtube'ya basit bir şekilde üye olunduktan sonra, üyeler kendi kanallarını oluşturabilmektedirler. Bu kanala video yükleyerek veya geniş video arşivinden videolar alarak internet ortamında çalışmalarını paylaşabilir, kişisel listeler oluşturabilir ve harici sayfalar bu videoları kendi sayfalarında kullanabilirler (Akyol, Alper, Aydın, Debbağ, Karademir, Kemeriz, Öztürk, Ünal, 2010, s. 255).

Günümüzde Youtube'un eğitim alanında da kullanımı artmıştır. Burada yer alan birçok ders anlatım ve etkinlik videoları öğretmen, öğrenciler tarafından takip edilmektedir. Aynı zamanda okullarda ve derslerde yapılan materyaller, deneyler, gösteriler, etkinlikler bu site yardımıyla paylaşılmaktadır.

2.4.6.2. Instagram. Instagram bir fotoğraf paylaşma sitesi olmakla beraber 2010 yılında kurulmuştur. Artık insanlar günlük hayattaki eylemlerinin fotoğraflarını çekip, albümlerde saklamak yerine burada paylaşmaktadır. Paylaştığımız resimlere efektler ekleme, etiketlemede bulunma imkânı sunan bu uygulama günümüzde yaygın bir kullanıma sahip olmuştur. Diğer sosyal medya ağları gibi burada da istediğimiz kişileri takip edebilmekte ve onların paylaşımlarını görebilmekteyiz. Aynı zamanda birçok insan burayı online bir alış-veriş sitesine çevirerek geçimini de sağlamaya başlamıştır.

2.4.6.3. Flickr. Flickr, kullanıcılarına yükledikleri fotoğraflarını biçimlendirebilme, düzenleyebilme, paylaşabilme, poster, takvim vb. gibi çeşitli biçimlere dönüştürebilme ve çevrelerinden gelen güncellemeleri alarak iletişimlerini sürdürebilme olanağı tanımaktadır. Flickr grupları ise Flickr'ın bir diğer önemli özelliği olup en aktif kullanıcıları içermekte; ağ oluşturma ve yeni insanlarla tanışabilme için mükemmel bir araç sunmaktadır (Akar, 2010, s. 94-95).

2.4.7. Mikro bloglar:

Mikro bloglar, bloglarla kıyaslandığında, en önemli özelliği anlık ve kısa içerikler ile başkalarıyla içerik paylaşılmasını sağlamasıdır. En popüler mikro blog servislerinden olan Twitter'da girilen her blog yazısı 140 karakterle sınırlıdır. İnsanların anlık olarak ne yaptıklarını başkalarıyla paylaşmalarını sağlayan mikro bloglar, özellikle profesyoneller tarafından bilgi ve haber paylaşımı amaçlı kullanılmaktadır (Ök, 2013, s. 19).

Mikro blogların normal bloglardan içerik boyutu olarak farkı bulunmaktadır. Mikro blog kullanıcıları anlık olarak 'şu an ne yapıyorum', 'şimdi ne gördüm' gibi kısa ve anlık paylaşımlarda bulunur.

Şimdiye kadarki en hızlı iletişim biçimi ihtiyacını karşılayan mikro blog uygulaması, daha kısa gönderilerle kullanıcıların zaman gereksinimini ve içerik üretmek için gerekli düşünme süresini azaltmaktadır. Güncelleme sıklığı da mikro blog uygulamasının önemli avantajlarından biridir. Bir blog kullanıcısıyla kıyaslandığında mikro blog kullanıcısı tek bir günde çok sayıda güncelleme gönderebilmektedir (Akar, 2010, s. 57). En yaygın kullanılan mikro bloglar ise twitter ve Tumblr dur.

2.4.7.1. Twitter. Twitter'in dünya genelinde bir kullanıcı kitlesi vardır. 2006 yılında geliştirilen, her bir gönderisinde en fazla 140 karakter bulunabilen, gönderileri içerisine fotoğraflar ve kısa videolar da eklenebilen bir sosyal paylaşım sitesidir (Kazancı ve Dönmez, 2013, s. 41). Twitter'daki mesajlara 'tweet' denir ve bu mesajlar çoğunlukla herkese açıktır. Ülkemizde de siyasetçilerden, futbolculara, sanatçılara kadar nerdeyse herkesin Twitteri bulunmaktadır. Buradan kısa ve anlık paylaşımlarda bulunularak takip edilmektedir.

'Türkiye'de ise 2011 yılından itibaren Türkçe kullanılmaya başlanan Twitter'in Türkiye'de ki en büyük etkisi ise 2013 yılında yaşanan Taksim (gezi parkı) olayıdır. Bir kaç üniversite öğrencisinin yapmış olduğu eylem

birkaç gün içinde tüm Türkiye' ye hatta tüm dünyaya Twitter sayesinde yayılmış ve destek görmüştür. Twitter, sosyal medya deyimini en çok karşılayan araçtır'(Irak ve Yazıcıoğlu, 2012, s. 28).

Twitter, sınıf ortamını daha fazla sosyal hayatımızın içine çekebilmek için öğretmenler dersleri ile ilgili konular açarak, öğrencilerin bu konuları okul dışında günlük hayatlarında da birbirleri ile tartışarak öğrenmelerini sağlayabilir. Öğretmenler bu tartışma ortamında gözlem yapıp konunun ilerleyişi hakkında bilgi sahibi olarak öğrencileri gözlemleyebilir. Öğrencilerin yazım becerilerinin geliştirilmesine yardımcı olabilir. Pek çok özelliği ile Twitter eğitimciler tarafından dünya genelinde kullanılmaktadır (Kazancı ve Dönmez, 2013, s. 44).

Kahraman (2012), Twitter'in Türkiye de kullanımına ilişkin çalışmasındaki verilere bakıldığında ise şöyle bir tabloyla karşılaşılmaktadır:

- Türkiye' de 5,3 milyon aktif Twitter kullanıcısı bulunmaktadır.
- Günde 1,7 milyon; saniyede ise 20 tweet atılmaktadır(WEB,3)

2.4.7.2. Tumblr. Tumblr ABD (Amerika Birleşik Devletleri) merkezli kurulan bir sosyal ağ sitesidir. Tumblr kullanmak için aynı Twitter'daki gibi üye olmak gereklidir. Üyelik işleminden sonra istenirse profil sayfasındaki bilgiler güncellenebilir. Burada resimler, görseller, videolar hızlı bir şekilde paylaşılabilen ve aynı zamanda kullanıcılar Tumblr yardımı ile kendilerine ait bir blog oluşturabilmektedir. Bu sitenin Türkçe dil desteği olmakla beraber ücretsiz olarak bilgisayar, tablet, cep telefonu gibi araçlar ile erişimde sağlanabilir.

2.4.7.3. Edmodo. Edmodo, dosya paylaşımı, arşivleme, veri depolama ve bilgi akışını bu özel ve güvenli bir ağ içerisinde mümkün kılmaktadır. Eğitimciler tek bir hesap içerisinde birden fazla derse ilişkin site kurabilmektedirler. Belirli bir dersin sitesine giren öğrenciler, o ders içerisinde kendi mikro bloglarını oluşturabilmektedirler. Böylece öğrenciler eğitimcileri tarafından kurulan güvenli bir ağ içinde mikro blog uygulamasını keşfedebilmektedirler (Hricko, 2010, s. 685-686).

2.4.7.4. Diğer. Son olarak; sosyal ağlar, bloglar, wikiler, podcast, forumlar, içerik toplulukları, microbloglar gibi sınıflamalardan herhangi birine dahil edilemeyen ancak günümüzde birçok kullanıcı tarafından kullanılan WhatsApp, Ask. fm, EBA, Okulistik gibi platformlar da mevcuttur.

WhatsApp: Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla beraber SMS'e alternatif olarak ortaya çıkan bir mesajlaşma servisedir. Bu serviste görüntülü-sesli arama, video-resim paylaşma

gibi birçok olanak mevcuttur. Whatsapp'ı kullanmak için telefonumuzun internete bağlı olması ve mesajlaşacağımız kişinin de bu uygulamayı kullanıyor olması gereklidir. Atalay (2014), Whatsapp'ın dezavantajı olarak, uygulamanın sadece akıllı telefonlara yüklenebilmesinin olduğunu belirtmiştir (s. 42).

Ask.f.m: 'Ask' İngilizce' de sormak anlamında kullanılan bir kelime olup ask.fm de kullanıcılarına diğer kullanıcılara 300 karakterlik sorularını sorma imkanı sağlayan liseli gençler arasında yaygın olarak tercih edilen soru cevap sitesidir. Gelen soruları cevaplamama hakkınız da bulunan sitede soruların kimin tarafından sorulduğu saklanabilmektedir.

Eğitim Bilişim Ağı (EBA), Milli Eğitim Bakanlığı tarafından oluşturulan bu site ücretsiz olarak öğretmen ve öğrenciler tarafından kullanılabilir. Öğrenciler, kimlik numarası ve şifresi ile buraya girip, istediği sınıf seviyesinde, istediği dersin videolarını takip edip, çalışmalarını yapabilir. Buradaki içeriklere öğretmenler kendi çalışmalarını yükleyip diğer kullanıcılar ile paylaşmaktadır. Aynı zamanda öğretmenler kendi öğrencilerine test ve çalışmalar gönderebilir, bunları öğrencilerin tamamlama oranlarını takip edebilir.

Sunulan e-içerikler, e-kitap, ses, video, görsel öğeler, interaktif etkinlikler, e-testler, e-sınavlar, e-deneme vb. gibi formatları da olan öğretim materyalleri şeklindedir. EBA içeriğinin daha da zenginleştirilerek geliştirilmesi FATİH Projesi için olumsuzluk teşkil ettiği düşünülen içerik sınırlılığının ortadan kaldırılmasını sağlayabilir (Dinçer vd. , 2012). Zengin e-içerikler sağlayan EBA' nın başarısının, doğrudan FATİH Projesi çalışmalarındaki başarıyı da arttıracığı düşünülebilir (Eryılmaz ve Ulusoy, 2015).

Okulistik: İnternet yoluyla ulaşıla bilinen bir eğitim-öğretim platformudur. 1.sınıftan 8. sınıfa kadar olan derslerle ilgili konu anlatımı ve etkinliklerin olduğu ücretli bir sitedir. Bu site için bir aylık, altı aylık ve on iki aylık üyelik süreçleri bulunmaktadır. İçerisinde yer alan elektronik kitaptan word olarak belge alınabilmekte, etkileşimli ders anlatımları ve çeşitli değerlendirme etkinlikleri yapılabilmektedir. Ayrıca kendi deneme sınavını da yapan okulistik sitesi içerik olarak Milli Eğitim Bakanlığının müfredatına da paralel olarak hazırlanmış bir sitedir. Son yıllarda bu site veli ve öğretmenler için önemli bir kaynak haline gelmiştir.

2.5. Tutum:

Tutum kavramını bir kişinin belirli bir insana ya da bir nesneye karşı elde ettiği deneyimlere dayanarak o kişi veya nesneye gösterdiği bilişsel ve duyuşsal eğilimler olarak tanımlayabiliriz. Smith'in (1968) tanımına göre; tutum, bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir şekilde oluşturan bir eğilimdir. Günümüzde sosyal psikologlar tarafından kabul gören bu tanıma göre, tutum bireye aittir ve onun bir nesneye ilişkin düşünce, duygu ve davranışlarına bir bütünlük, bir tutarlılık getirir. Bireyin tutumlarını gözle görebilmek mümkün değildir. Tanımdaki 'bir bireye atfedilen' ifadesi de, tutumun bireysel bir yaşantı olduğunu ve bunun gözle görülemediğini vurgulamaktadır. Buna göre tutum, gözlenebilen bir davranış değil, davranışa hazırlayıcı bir eğilimdir (Kağıtçıbaşı, 1988, s. 84).

Tutum; bireylerin, çevresinde olan herkese ya da her şeye yönelik sergilediği tavrıdır. Bireylerin bilişsel, duyuşsal ve davranışsal olarak sergilediği tavırlar onların tutumlarını belirler. Tutumu oluşturan bilişsel öğeler, bireylerin mevcut bilgilerinin yönlendirmesi ile olumlu, olumsuz ya da nötr olarak nasıl bir duyguyla hareket edeceğini belirler. Bilişsel öğeler, tutumu oluşturan bir diğer öğe olan duyuşsal öğelerin ortaya çıkmasında önemli bir etkidir. Ortaya çıkacak tutumların işlevsel olabilmesi için bilişsel ve duyuşsal öğelerin doğru orantılı olması gerekir. Eğer bir birey mevcut düşüncelerini davranışlarıyla yansıtamıyorsa bu tutum çevresindekiler tarafından anlaşılabilir. Bu nedenle duyuşsal öğeler ve davranışsal öğeler sebep sonuç ilişkisini yansıtır (İnceoğlu, 2011, s. 22-23).

Tavşancıl (2010), tutumun özelliklerini, bugüne kadar tutumlara dair yapılan tanımlamalar ve çıkarımlara dayanarak aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Tutumlar doğuştan getirilmez, hayatın içinde deneyimlenerek oluşur.
- Tutumlar belirli bir zaman diliminde varlıklarını sürdürür.
- Tutumlar kişi ve nesne arasındaki ilişkiye bir çerçeve çizer. Bireyin etrafını anlamlandırmasına yardım eder.
- Tutumlar kişilerin bir nesne ya da insan karşısında taraf olmasını sağlar. Belirli bir konuda tutumlara sahip bir birey o konuda tarafsız kalmaz.

- Kişiler tutumlara sahip olmak için kıyas yapmak durumundadır. Bu da onların zihinsel ve duyuşsal tüm niteliklerini harekete geçirmelerini sağlar.
- Tutumlar şahsi olabileceği gibi toplumsal da olabilir.
- Tutumlar bir tepki gösterme eylemi değildir, tepki göstermek için elde bulunan eğilimdir.

2.6. Sosyal Medya ve Eğitim

Sosyal medya ağları insanlara birçok alanda sınırsız avantajlar sunmaktadır. Özellikle de eğitim alanında da bu avantajlar kullanılmaya ve çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Teknolojide meydana gelen hızlı gelişim hem derslerde kullanılan araç-gereçleri etkilemekte hem de kazanımların öğrenciye verilmesinde kullanılan yöntem ve teknikleri değiştirmektedir. Örneğin bilgisayar kullanımı yaygınlaşmadan önce derslerde teknolojik araç olarak tepegöz kullanılmaktaydı. Bilgisayarın yaygınlaşmasıyla önce projeksiyonlar kullanılmaya daha sonrasında da okullara akıllı tahtalar sağlanarak internet kullanılmaya başlandı. İnternetle beraber gelişen sosyal medya, eğitim-öğretim ortamlarında yerini aldı. Bunun yanında e-öğrenme, e-ödev, çevrim içi öğrenme gibi kavramlarda oluşmuş, bunlar geleneksel öğrenmeye alternatif bir öğrenme ortamı sağlamıştır. Ajjan ve Harsthone (2008) ise sosyal ağları eğitsel bağlamda kullanmak için uygun bir araç olarak görmekte ve sosyal ağların öğrenci öğrenmelerini arttırdığını, okul-öğrenci ve öğrenci-öğrenci arasında etkileşim sağladığını, öğrencilerin derslere ilişkin memnuniyetlerini arttırdığını, öğrencilerin yazma becerilerini geliştirdiğini ve derslere uyumu kolay araçlar olduğunu ortaya koymuşlardır (s.76).

Ferdig (2007, s. 5) ,sosyal ağ uygulamalarının yapılandırmacı yaklaşımdaki birçok pedagojik noktayla yakından ilişkili olduğunu ifade etmiş ve bu araçların aktif öğrenme, sosyal öğrenme, uygulama ve öğrenme toplulukları gibi pedagojik yaklaşımları desteklediğini ileri sürmüştür.

Pettenati ve Ranieri (2006) ise sosyal ağları informal öğrenmelerini desteklediğini ve çevrim içi işbirlikli öğrenme ortamlarında uygulama topluluklarının oluşumuna olanak sağladığını ifade etmiştir.

Sosyal medya üzerinden öğrenciler gruplara üye olarak, birbiri ile kaynak paylaşmakta, iletişime geçebilmektedir. Aynı zamanda sınavlara hazırlanırken Youtube, EBA, ders sitelerini (Fen Okulu, Dersimiz Türkçe gibi) kullanabilmektedirler. Buradaki soruları çözmekte, online etkinlikleri yapabilmekte ve buralardaki görsel materyaller öğrencilerde daha kalıcı öğrenme sağlamaktadır. Bu şekilde öğrenme ortamı sınıf dışına da taşınabilmekte öğrencilerde daha zengin kaynak ve materyale ulaşmaktadır. Sosyal medya öğrencilerin iş birlikli çalışarak öğrenmesini desteklemekte ve bazı konularda soru sormada çekingen davranan öğrencilerin bu durumunu aşmasına yardımcı olmaktadır. Öğrencilerin özetleme, dil kullanımı, kendini ifade etme gibi özelliklerini de etkilemektedir. Örneğin az miktarda kelime kullanımına izin veren sosyal medya ağlarında öğrenciler kendini ifade ederken öz anlatım becerilerini geliştirebilmektedir.

2.7. İlgili Çalışmalar

2.7.1. Eğitsel Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Tutumu ile İlgili Yurt İçi Alan Yazındaki Çalışmalar

Mazman (2009), yapmış olduğu çalışmasında Facebook'un eğitsel kullanımını açıklayan bir yapısal eşitlik modeli test etmiştir. 606 Facebook kullanıcısı 4 hafta boyunca Web' den, oluşturulan anketi yanıtlamışlardır. Ankette kullanılan üç ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılarak ölçeklere son hali verilmiş, elde edilen faktörlerle model kurularak test edilmiştir. Facebook'un eğitsel kullanımını üç boyutta (iletişim, İşbirliği, Kaynak/Materyal Paylaşımı) açıklamıştır. Facebook'un eğitime katkı sağlayacağı ve eğitim ortamlarında kullanılabilceği ortaya çıkmıştır.

Kahyaoğlu ve Çelik (2011), çalışmasında ortaöğretim, yükseköğretimde öğrenim gören öğrencilerin internet kullanımına yönelik tutumlarını ortaya koymuş ve bu öğrencilerin internet kullanımına yönelik olumlu tutumlara sahip olduğunu belirlemiştir. Ayrıca araştırmada ortaöğretim ve yükseköğretimde öğrenim gören kız-erkek öğrencilerin internet kullanımına yönelik tutumların ortalamalarının birbirine yakın olduğunu belirtmiştir.

Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal (2011) yaptıkları çalışmada Sosyal Paylaşım Siteleri'nin eğitsel ortamdaki işlevselliğini tespit etmek için bazı çalışmalar ve önerileri ele almışlardır. Araştırma sonucunda, sosyal paylaşım sitelerinin kullanımının, okul yönetimi-

öğretmen-öğrenciler arasında eş güdüm ve bilgi paylaşımı sağladığı sonucuna varılmıştır. Bu sonucunda eğitim ortamında önemli avantaj olduğu belirtilmiştir.

Akbulut ve Yılmazel (2012), tarafından yapılan çalışmada araştırmaya katılan ergenlerin yarısının boş zamanlarında internet kullandığı saptanmış ve erkek öğrencilerle kız öğrenciler arasında internete olan bağımlılık ölçeğinden alınan puan ortalamalarının birbirine yakın olduğu belirlenmiştir. Fakat erkek öğrencilerin internete olan bağımlılık ortalamalarının kızlardan daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Aynı zamanda okulda internet kullandığını belirten ergen öğrencilerin bağımlılık düzeyleri internet kafe ve evde internet kullananlara göre daha fazla olduğu bulunmuş ancak internetin kullanıldığı yer bakımından grupların birbiri ile benzeştiği, istatistiksel farkın olmadığı belirtilmiştir.

Çelik (2012)'*İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanım Biçimlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*' amacıyla 6. ve 7. sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, öğrencilerin genel olarak internete dönük düşüncelerinin olumlu olduğunu belirlemiştir. Ayrıca ilköğretim öğrencilerinin internete ayırdıkları zamanın artmasının ders dışı bağımsız okumaya ve ev dışı alanlarda oyun oynamaya ayırdıkları süreyi azalmakta olduğunu sonucuna vurgu yapmaktadır.

Koçak (2012), yapmış olduğu çalışmada en çok kullanılan sosyal medya platformunun sosyal ağ siteleri olduğunu ve sosyal medyayı genel olarak en sık kullanan yaş grubunun ise 15-24 olduğunu belirlemiştir. Kişilerin sosyal medya kullanımını etkileyen unsurların ise, haberdar olma ve eğlenmeye yönelik unsurlar olduğu söylemiştir. Ayrıca bireylerin sosyal medyada öncelikle tüketime yönelik davranışlar sergilediği daha sonra üretime yönelik davranışlar sergilediklerini ortaya koymuştur.

Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarını incelemek için ölçek geliştiren Argın (2013), yaptığı istatistiksel analizler sonucunda ortaokul ve lise öğrencilerinin okul türü, sınıf düzeyi, algılanan gelir düzeyi, sosyal medya sitelerine üye olup olmama, sosyal medyayı kullanma süresi, kullanma sıklığı, harcanan ortalama süre ve en çok kullanılan sosyal medya sitesi değişkenine göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarının farklılaştığını tespit etmiştir

Uysal (2013), yüksek lisans tez çalışmasında meslek lisesinde öğrenim gören öğrencilerin, sosyal medya sitelerini kullanma durumları, kullanma amaçları ve eğitsel

bağlamda kullanmasına yönelik öğrenci görüşlerini incelemiştir. Araştırmasında sosyal medya sitelerinin lise eğitiminde olumlu katkısı olduğu, eğitsel bağlamda kullanılmasının iletişim, işbirliği ve kaynak paylaşımı konusunda yararlı olacağını bulmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilere göre sosyal medya siteleri; iletişim, sosyalleşme, haberleşme, paylaşım, kendini ifade etme ve psikolojik rahatlama açısından olumlu etkilere sahipken; gereğinden fazla zaman harcama, ders verimliliğini düşürme, ilginin dağılması, sosyalleşmeyi engelleme şeklinde olumsuz etkilere de sahiptir.

Ök (2013), Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve motivasyonlarını belirlemeye çalıştığı tez çalışmasının bulgularında en çok kullanılan sosyal ağ'ı yaklaşık yüzde 91 oranla Facebook bulmuştur. Facebook' u sırasıyla Youtube ve Twitter takip etmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık yüzde kırkı, her gün sosyal ağları kullandıklarını ve Sosyal ağlarda ise en az 3 dakika en fazla 750 dakika geçirdiklerini belirtmişlerdir. Okul türü değişkeni ile sosyal ağları kullanım süreleri arasında bulunan farklılık meslek lisesi ve genel liseler lehinedir. Erkeklerin ise sosyal medya sitelerinde kızlardan daha fazla zaman geçirmekte olduğu ortaya çıkmıştır.

Alican ve Saban (2013), ortaokul ve lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerle çalışmışlardır. 353 öğrencinin, sosyal medya kullanımına ilişkin tutumlarını belirlemişlerdir. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik tutumlarının olumlu düzeyde olduğunu ortaya çıkarmış, erkek öğrencilerin tutumlarına ait aritmetik ortalamaların, kız öğrencilerin tutumlarına ait aritmetik ortalamalarından daha yüksek olduğunu gözlemlemiş ancak öğrenim görülen okul türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Akgündüz(2013) '*Fen eğitiminde harmanlanmış öğrenme ve sosyal medya destekli öğrenmenin öğrencilerin başarı, motivasyon, tutum ve kendi kendine öğrenme becerilerine etkisi*' adlı tez çalışmasında harmanlanmış öğrenmenin başarıyı, motivasyonu, tutumu ve kendi kendine öğrenme becerilerini yüz yüze öğrenmeye göre anlamlı bir şekilde artırdığını görmüş, sosyal medya destekli öğrenmenin başarı, motivasyon, tutum ve kendi kendine öğrenme becerilerine olumlu bir şekilde etki ettiği ancak yüz yüze öğrenmeye göre anlamlı bir fark yaratmadığını ortaya koymuştur

İnan (2014) , tez çalışmasında ortaokulda öğrenim gören 1302 öğrenci ve bu öğrencilerin ebeveynleri ile çalışmıştır. Öğrencilerin televizyon ve internet kullanma durumları ile ebeveynlerinin televizyon ve internetle ilgili farkındalık durumları, çocukları üzerindeki denetim ve kısıtlamaları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucuna göre ise öğrencilerin kontrolsüz televizyon izleme ve internet kullanma, sosyal medyada kişisel bilgilerini herkesle paylaşma, internette bağımlılık derecesinde zaman geçirme, herhangi bir sorunda ebeveyninden yardım isteyememe, internetten elde ettiği bilgilerin doğru olduğuna inanma, bunu sorgulamama gibi sorunlarla karşılaşmakta olduğunu belirtmiştir. Çocukların ebeveynlerinin ise internette-bilgisayarda çocuklarını kontrol edebilecek düzeyde bilgiye sahip olmadığını, çocuklarının internet kullanımını denetleyememe, televizyon ve internetin ödül veya ceza aracı olarak yanlış kullanılması, çocuklarına kaliteli zaman ayırmama, kitle iletişim araçları yüzünden çocuklarında gördükleri sorunlar (ahlâki çöküş, düzensiz beslenme, bilinçsiz tüketim, şiddet vs) ön plana çıkan sorunlar arasında olduğunu belirlemiştir.

Köroğlu (2014), 401 üstün yetenekli çocukla yaptığı çalışmada, sosyal medya kullanım motivasyonlarını kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı perspektifinde tespit etmeye çalışmıştır. Üstün yetenekli çocukların, sosyal medyayı en fazla eğlenme motivasyonu ile kullandıkları saptanmış, üstün yetenekli çocukların sosyal medyayı pragmatik şekilde kullanma eğiliminde olduklarını ve internet kullanım amaçlarıyla sosyal medya kullanım amaçlarının örtüştüğünü, ayrıca Youtube, Facebook ve Twitter' ın en sık kullandıkları sosyal ağ siteleri olduğunu da ortaya koymuştur.

Batman (2014), *'Erzurum İli Örneğinde ilkokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Farkındalığı Üzerine Bir İnceleme'* adlı yüksek lisans tez çalışmasında, Erzurum ili kapsamında ilkokul öğrencilerinin sosyal medya farkındalığının çok küçük yaşlara ve eğitimin başlangıç düzeyine değin inmekte olduğunu ve bilgisayar kullanımının evle sınırlı olmadığını öğrencilerin aynı zamanda eğitim almakta oldukları okullarında ya da internet kafelerde bilgisayar başında zaman geçirdiklerini ortaya koymuştur.

Otrar ve Argın (2014), ergenlik çağında olan öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemek ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarının çeşitli değişkenlere (ortaokul veya lise öğrenimi görme, cinsiyet, okul türü ve sınıf düzeyi) göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için yaptıkları çalışmada; ergenlik çağındaki

öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde olduğu, sosyal medya tutumunun cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı ama diğer değişkenler açısından anlamlı farklılıklar elde ettiklerini belirtmiştir.

Saraç (2014), 8. sınıfta okuyan öğrencilerin benlik saygıları ile sosyal medya ağlarına yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonunda, ergenlik dönemindeki öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının benlik saygısına olumlu ve olumsuz etkilerini belirlemiştir. Düşük gelir düzeyine sahip, anne-babaları ilköğretim ve altı eğitim alan, uzun süredir sosyal medya kullanan, sosyal medya sitelerine üye olmayan öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin sosyal yetkinliğinin yükseldikçe, mutluluk ve doyumlarının dolayısıyla benlik saygılarının da yükseldiği; sosyal izolasyonlarının yükseldikçe mutluluk ve doyumlarının dolayısıyla benlik saygılarının da düştüğü ortaya çıkmıştır.

Atalay (2014), yapmış olduğu tez çalışmasında algılanan sosyal destek düzeyinin; cinsiyet, sınıf, okul türü, başarı, algılanan gelir durumu, anne babanın birlikteliği, annenin öğrenim durumu, sosyal medyayı kullanım süresi, sosyal medyanın günlük ortalama kullanım süresi, sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma, sosyal medya üyeliğinin sosyal çevredeki değişimi, algılanan aile tutumu, sosyal medyayı kullanım amacı değişkenlerine göre farklılaştığını; sosyal medyaya ilişkin tutumun ise sınıf, okul türü, anne babanın sağ olup olmaması, takip edilen sosyal medya platformu, sosyal medyayı kullanım süresi, sosyal medyanın günlük ortalama kullanım süresi, sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma, sosyal medyada üye olunan grup sayısı, sosyal medya üyeliğinin sosyal çevredeki değişimi, sosyal medyanın kullanım amaçları değişkenlerine göre farklılaştığını ortaya koymuştur.

Ökte (2014), yaptığı çalışmada 185 ortaokul öğrencisinin zorbalık eğilimleri ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan çalışmada fiziksel zorbalık, sözel zorbalık ve eğlence amaçlı zorbalık puanları ile sosyal medyaya yönelik tutum puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, duygusal zorbalık alt boyutu ile sosyal medyaya yönelik tutum puanları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Özbay (2014), araştırmasında ilk olarak ergenlik yaşındaki öğrencilerin günlük ortalama internet kullanım sürelerini 1-3 saat olarak tespit etmiş ve en çok kullanılan

sosyal ağın Facebook olduğunu belirtmiştir. Öğrencilerin sosyal medyayı arkadaşlarını bulmak, iletişim, eğlence amaçlı içerikleri paylaşmak, okuldaki durumlardan haberdar olmak için kullandıklarını ortaya çıkarmış ve sosyal medya sitelerini eğitimde sadece ödev ve projelerini öğretmenlerine iletmek amacıyla kullandıklarını ortaya çıkarmıştır.

Sarıçam (2015), çalışmasında öğrencilerin sosyal medyayı okul dışında kullanmalarının, öğrencilerin ders başarılarına etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin okul dışında kullanmış oldukları sosyal medyanın, öğrencilerin Türkçe, Matematik ve Yabancı Dil (İngilizce) ders başarılarına kısmen olumsuz olarak etkileri olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, öğrencilerin okul dışında kullandıkları sosyal medyanın bazı derslerdeki (Fen Bilimleri, Sosyal Bilgiler, Bilişim Teknolojileri) başarılarında bir etkisinin olmadığı ortaya konmuştur.

Üçer (2016), çalışmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medya aracılığıyla kendilerini olmak istedikleri şekilde yansıttıklarını belirtmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu her gün sosyal medya hesaplarına erişim sağladığını ifade etmiştir. Facebook'un öğrenciler arasında popülerliğini yitirdiği, Twitter ve Instagram'ın daha popüler olmaya başladığını tespit etmiştir.

Kenanoğlu (2016) *'Lise Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerinin Eğitimde Kullanılmasına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi'* adlı doktora tez çalışmasında öğrencilerin büyük bir bölümünün en az bir sosyal paylaşım sitesinde hesabının olduğunu ve öğrencilerin en çok Facebook adlı sosyal paylaşım sitesini kullandıklarını, erkek öğrencilerin sosyal paylaşım sitelerinin eğitimde kullanılmasına ilişkin görüşlerinin kız öğrencilere göre daha olumlu olduğunu, araştırmaya katılan lise öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerinin eğitimde kullanılmasına ilişkin görüşlerinde, öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal paylaşım sitesi tercihlerine göre anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuşlardır.

Gürültü (2016) , araştırmasında genel olarak lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının orta seviyede; akademik erteleme davranışlarının ise orta seviyenin üzerinde olduğu belirlemiştir. Cinsiyete göre yapılan karşılaştırmalarda kız öğrencilerin sosyal medyadaki meşguliyetleri, erkek öğrencilerin ise akademik erteleme davranışları daha yüksek bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışı

açısından lise öğrencilerinin cinsiyet, okul türü, sınıf seviyesi, anne-baba öğrenim durumu, sosyal medya günlük kullanım süresi, sosyal medyayı ne zamandır kullandığı vs. göre pek çok farklılıklar tespit edilmiştir.

Korkut (2016) '*Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Yoluyla Geliştirdiği Tutumlar*' adlı yüksek lisans tez çalışmasının sonuçlarına göre, sosyal medyadan dolayı lise gençlerinin aile ve arkadaşlara yeteri kadar vakit ayırmadığının, sosyal medyanın derslere ve sosyal etkinliklere ayrılan zamanın daha az olmasına neden olduğunun tespiti yapılmıştır. Araştırmada baz alınan cinsiyet, kullanım süreleri, kullandığı sosyal medya sitesi açısından öğrencilerin görüşleri arasında herhangi bir farklılığa rastlanmazken; yaş, bölüm, sosyal medya üyeliği, kullanım sıklığı, harcadığı süre, bağlanılan ortam değişkenleri açısından öğrencilerin görüşleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Kılıç (2016), '*Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*' adlı yüksek lisans tez çalışmasında, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanların yüksek olduğunu, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının; sınıf düzeyi, algılanan gelir düzeyi, sosyal medya sitelerine üye olup olmama, sosyal medyayı kullanma süresi, kullanma sıklığı, harcanan ortalama süre ve en çok kullanılan sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur.

İlhan (2016), yaptığı yüksek lisans '*Ortaöğretim Öğrencilerinin Siber Zorbalık ve İnternet Saldırganlık Düzeyleri İle Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*' çalışmasında öğrencilerin yaklaşık yarısından fazlasının sosyal medya ağlarını günde birçok kez ziyaret ettiğini belirlemiştir. Sosyal medya ağlarının kullanma sıklığı arttıkça internet üzerinden zarar görme (siber zorbalık) olasılığının arttığı gözlenmiş ve ortaöğretim öğrencilerinden sosyal medya tutum puanları yüksek olanların siber zorbalık kurbanı olma ve siber zorba olma puanlarının da arttığını görmüştür.

Gencer (2017), ortaokul 7. ve 8. sınıf öğrencileri ile yaptığı çalışmasında, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla internet bağımlısı olduğunu ortaya çıkarmıştır. İnternet kafe ya da evde internet kullananların okullarda internet kullananlara göre internet bağımlılık ortalamalarının daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda 8. sınıf

öğrencilerinin ve erkek öğrencilerin daha yüksek düzeyde siber zorbalık davranışı gösterdiğini belirlemiştir.

Tuğlu (2017), ortaokul (6. , 7. ve 8. sınıflar) öğrencileri ile yaptığı çalışmasında elde ettiği bulgulara göre; erkek öğrencilerin, başarısı yüksek okullarda eğitim gören ve sınıf seviyesi düşük olan öğrencilerin, sosyal medyaya yönelik tutumları yüksek çıkmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmının sosyal medyayı sık sık ziyaret ettiği ve en çok kullandıkları sosyal medya sitesinin Facebook olduğunu belirtmiştir.

2.7.2. Eğitsel Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Tutumu ile İlgili Yurt Dışı Alan Yazındaki Çalışmalar

Sarvamangala ve Sharmista (2016) sosyal medyanın etkilerini araştırdıkları çalışmada, gençlerin gittikçe sosyal medya merkezli bir yaşama doğru kaydığını ve gerçek yaşam faaliyetlerinin sınırlandığını ifade etmektedir. Buna sebep olarak da bu sosyal medyanın gerçek yaşamdaki sosyal yaşam becerilerini zayıflattığını ve yerine uygunsuz ve yetersiz iletişim alanları getirdiğini ifade etmektedir.

Khedo ve diğerleri (2012) Moritanya’da iki farklı okulda, 16-18 yaş aralığında ki 15 öğrenci ile Fransızca uygulamaları ve 17-19 yaş aralığın da 25 öğrenci ile İngilizce dil bilgisi derslerinde toplam 40 öğrenci ile yaptıkları çalışmada Facebook sosyal paylaşım sitesinin eğitimsel amaçta kullanılabilirlik durumunu test etmişlerdir. Derslerde öğretmenler kendi sayfaları üzerinden tartışma konularını öğrencilere açmışlardır. Öğrenciler bu sorulara ders dışı vakitlerde kendi yorumlarını yazarak katılım sağlamışlardır. Uygulama sonucunda öğretmenlerin ve öğrencilerin uygulamadan memnun olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca SPS’nin eğitim amacıyla kullanılmasının Moritanya eğitim sistemine eğitimsel faydalar sağlayabileceği araştırmayla ortaya konmuştur.

Yurt dışında yapılan çalışmalar incelendiğinde genel olarak yükseköğrenim düzeyinde yapılan çalışmalar olduğu görülmüştür. Çalışmaların büyük bir bölümü yükseköğrenim öğrencilerinin sosyal medyanın eğitimde kullanılmasına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi, sosyal medya kullanarak oluşturulan sınıf etkinlikleri üzerine yapılmış çalışmaların olduğu görülmüştür. Yurt dışı çalışmaları ilköğretim ve ortaöğretim düzeyi olmadığı için çalışmanın literatür taramasında yer verilmemiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırmanın çalışma grubu, veri toplama araçları ile araştırma verilerinin analizine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada '8. sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı eğitsel kullanma ile sosyal medya tutumlarının çeşitli değişkenlerle incelenmesi' konusunun araştırılması için Betimsel Araştırma Yöntemi kullanımı tercih edilmiştir. Geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesneyi, kendi koşulları içerisinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışan tarama modellerinden, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığı ve/veya derecesini belirlemeyi isteyen araştırmalar ilişkisel tarama modeli olarak isimlendirilir (Karasar, 2010, s.77).

Frankel, Wallen ve Hyun (2012) betimsel yöntem içerisinde yer alan tarama araştırmalarına büyük bir topluluğun parçası olan bir grubun, kişilik veya bazı görüşlerini (yeterlik, fikir, tutum, inanç ve bilgi birikimi gibi) açıklamak için bir grup insandan bilgi toplandığında, bilgiyi elde etmede ana yol çalışma verilerini oluşturan grup üyelerinin sorulara verdikleri cevaplar olduğunda ve bilgi evrenin tüm üyeleri yerine onu temsil eden bir örneklemden toplandığında başvurulduğunu belirtmektedirler.

Bu araştırma, ilişkisel tarama modelinde olup nicel bir çalışmadır.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın evreni 2016-2017 eğitim-öğretim yılı Denizli ili Kale ilçesinde öğrenim gören ortaokul öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma grubu belirlenmesinde, amaçlı örneklem seçim yaklaşımlarından ölçüte dayalı örnekleme türü kullanılmıştır. Buradaki ölçüt öğrencilerin internet kullanımının daha yüksek olduğu düşünüldüğü için 8. sınıf öğrencileridir. Araştırmacının kalede görev yapmasından verilere daha kolay kısa zamanda ve ekonomik ulaşması açısından ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı kullanma durumunun diğer sınıf düzeylerine göre fazla olmasından dolayı bu seçim yapılmıştır. Araştırma yapılan Denizli/Kale ilçesi il merkezine 70 km mesafede kırsal bir yerdir.

3.2.1. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyo-Demografik Değişkenlerinin Frekans ve Yüzde Hesaplamaları

Araştırmanın yapıldığı Kale ilçesinde araştırmaya katılan öğrencilere ait kişisel bilgi formunda yer alan sosyo-demografik değişkenler; çalışmanın yapıldığı okullar, cinsiyet, gelir durumu, anne- baba eğitim düzeyidir. Sosyal medyaya ilişkin değişkenler ise; sosyal medya üyeliği, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medya üyelik süresi, sosyal medyaya bağlanılan araç, takip edilen sosyal medya platformu (Facebook, EBA, Instagram, Youtube, WhatsApp, Okulistik, Fen okulu vb.) ve sosyal medyanın en çok kullanıldığı derslerdir.

Tablo 3.1

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Okullarının Frekans ve Yüzde Değerleri

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
	Hürriyet Ya-tu O.	74	26
	Cumhuriyet YBO	46	16
	Anadolu İmam Hatip O.	41	14
	Özlüce O.	19	6
Çalışmanın Yapıldığı Okullar	Şehit Sadık Sağınç O.	17	6
	Karaköy O.	10	3
	Gülbağlık O.	11	4
	Belenköy O.	17	6
	Kale O.	34	12
	Mehmet Kemal A. O.	20	7
	Toplam	290	100

Tablo 3.1 incelendiğinde çalışma grubundaki öğrencilerin 74'ü (%26) Hürriyet Ya-tu Otomotiv Ortaokulu, 46'sı (%16) Cumhuriyet Yatılı Bölge Ortaokulu, 41'i (%14) Kale Anadolu İmam hatip Ortaokulu, 19'u (%6) Özlüce Ortaokulu, 17'si (%6) Şehit Sadık Sağınç Ortaokulu, 10'u (%3) Karaköy Ortaokulu, 11'i (%4) Gülbağlık Ortaokulu, 17'si (%6) Belen köy Ortaokulu, 34'ü (%12) Kale Ortaokulu, 20'si (%7) Mehmet Kemal Aracı Ortaokulundan oluşmaktadır.

Tablo 3.2

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kız	141	48,2
	Erkek	149	51,8
	Toplam	290	100

Tablo 3.2 incelendiğinde araştırmaya, 141'i (% 48,2) kız, 149'u (% 51,8) erkek olmak üzere toplam 290 öğrenci katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu erkektir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sayısının cinsiyet açısından birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Ailelerinin Gelir Durumuna Ait Frekans ve Yüzdeler

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Gelir durumu	Düşük	26	9
	Orta	234	81
	Yüksek	30	10

Not: Düşük(1400 TL altı) , Orta (1400-3000 TL), Yüksek (3000 ve üstü)

Çalışma grubundaki öğrencilerin gelir durumu değişkenine göre 26'sı (%26) düşük, 234'ü (%81) orta, 30'u (%9) yüksek gelir olarak dağılmaktadır. Öğrencilerin çoğunun ailesinin orta düzey gelire sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 3.4

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Anne-Baba Eğitim Durumuna Ait Frekans ve Yüzdeler

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde(%)
Baba eğitim durumu	İlkokul	135	47
	Ortaokul	77	27
	Lise	49	17
	Ön lisans	4	1
	Lisans	24	8
Anne eğitim durumu	İlkokul	204	71
	Ortaokul	44	15
	Lise	27	9
	Ön lisans	4	1
	Lisans	10	4

Çalışma grubundaki öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre 135'i (%47) İlkokul, 77'si (%27) Ortaokul, 49'u (%17) Lise, dördü (%1) Ön lisans, 24'ü (%8) Lisans mezunu olarak belirlenmiştir. Anne eğitim durumu değişkenine göre ise 204'ü (%71) İlkokul, 44'ü (%15) Ortaokul, 27'si (%9) Lise, dördü (%1) Ön lisans, 10'u (%4) Lisans mezunu bireylere rastlanmaktadır.

3.2.2. Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Frekans ve Yüzde Hesaplamaları

Tablo 3.5

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumu ve Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sürelerine Ait Frekans ve Yüzdeler

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde(%)
Sosyal Medya Üyeliği	Sosyal Medya Üye	262	91
	Sosyal Medya Üye Değil	27	9
Sosyal Medya Üyelik Süresi	1 yıldan az	91	31,37
	1 yıl	74	25,51
	2 yıl	55	18,96
	2 yıldan fazla	42	14,48

Çalışma grubundaki öğrencilerin 262'si (%91) sosyal medya sitelerine üye iken, 27'si (%9) sosyal medya sitelerine üye değildir. Çalışma grubundaki öğrencilerin 91'i (%31,37) bir yıldan az bir süredir, 74'ü (%25,51) bir yıldır, 55'i (%18,96) iki yıldır, 42'si (%14,48) iki yıldan fazladır sosyal medya sitelerine üyedirler.

Tablo 3.6

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığına İlişkin Frekans ve Yüzdeler

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Her gün bir kere	87	30
	Günde birden fazla	74	25,5
	Haftada bir	49	16,8
	Ayda birkaç kez	52	17,9

Çalışma grubundaki öğrencilerin 87'si (%30) sosyal medya sitelerini her gün bir kere, 74'ü (%25,5) günde birden fazla, 49'u (%16,8) haftada bir, 52'si (%17,9) ayda birkaç kez kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3.7

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medyaya Bağlanmak İçin Kullandıkları Araçlar

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Medyaya Bağlanmak İçin Kullandıkları Araçlar	Dizüstü Bilgisayar	11	3,79
	Tablet	27	9,31
	Akıllı telefon	224	77,24

Çalışma grubundaki öğrencilerin, 11' i (%3,79) Dizüstü Bilgisayardan, 27'si (%9,31) Tablettten, 224'ü (%77,24) Akıllı telefondan sosyal medyaya bağlandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3.8

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Ait Frekans ve Yüzdeler

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde(%)
Sosyal Medya Siteleri	Facebook	80	27,58
	EBA	60	20,68
	Youtube	20	6,89
	WhatsApp	60	20,68
	İnstagram	30	10,33
	Fen okulu	25	8,62
	Okulistik	15	5,17

Tablo 3.8 incelendiğinde çalışma grubundaki öğrencilerin 80'i (%27,58) Facebook, 60'ı (%20,68) EBA, 20'si (6,89) Youtube, 60'ı (%20,68) WhatsApp, 30'u (%10,33) Instagram, 25'i (8,62) Fen okulu, 15'i (%5,17) Okulistik kullanmaktadır.

Tablo 3.9

Çalışma Grubundaki Öğrencilerin Sosyal Medyayı Kullandıkları Derslere Ait Frekans ve Yüzdeler

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde(%)
Sosyal Medyayı Kullandıkları Dersler	Matematik	69	23,79
	Fen Bilimleri	62	21,37
	İngilizce	57	19,65
	Türkçe	49	16,89
	TC İnkılâp Tarihi	16	5,51
	Din Kültürü ve Ah. Bil.	2	0,68
	Müzik	2	0,68
	Beden Eğitimi	4	1,37

Çalışma grubundaki öğrencilerin, 69'u (%23,79) Matematik dersinde, 62'si (%21,37) Fen Bilimleri, 57'si(%19,65) İngilizce, 49'u(%16,89) Türkçe, 16'sı(%5,51) TC İnkılâp Tarihi, ikisi (%0,68) Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi, ikisi Müzik(%0,68), dördü(%1,37) Beden Eğitimi dersi için sosyal medya kullandıklarını belirtmişlerdir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın alt problemlerine yanıt bulmak için gerekli olan nicel veriler öğrencilere anketlerin uygulanması yoluyla toplanmıştır. Veri toplamada kullanılan araçlara ait bilgiler aşağıda açıklanmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Bu formda örnekleme oluşturan 8.sınıf öğrencileri hakkında cinsiyet, sosyal medya sitelerine üye olup-olmama durumu, eğitim görülen okullar, anne-baba eğitim seviyesi, gelir durumu, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medya üyelik süresi, sosyal medya sitelerine bağlanılan araç, takip edilen sosyal medya platformu(Facebook, WhatsApp, Youtube, Instagram, EBA, Okulistik, Fen okulu vd.), sosyal medyanın en çok kullanıldığı derse yönelik bilgilerin yer aldığı bir formdur. Kişisel Bilgiler formunda oluşturulan maddeler konusunda Argın (2013) ve Kılıç (2016)'ın araştırmalarından yararlanılmıştır.

3.3.2. Sosyal Medya Eğitsel Kullanım Ölçeği

Sosyal medyanın eğitsel kullanım düzeyini belirlemek için, Mazman (2009) tarafından yapılarak geliştirilen ‘Facebook’u Eğitsel Bağlamda Kullanılması’ ölçeği kullanılmıştır. Facebook’un eğitsel bağlamda kullanım alanları ‘iletişim’, ‘işbirliği’ ve ‘kaynak/materyal paylaşımı’ olmak üzere 3 faktör altında yer almaktadır. Ölçeğin genel güvenilirliği 0,866 olarak çok yüksek bulunmuştur.

Araştırmacı tarafından, ‘Facebook’u Eğitsel Bağlamda Kullanılması’ ölçeğinde yer alan maddelerdeki ‘Facebook’ yerine ‘sosyal medya’ ifadesi yazılarak kullanılmıştır. Bu ifade değişikliği sebebiyle araştırma için kullanılan ölçeğin güvenilirliği, iç tutarlık katsayısı 2015-2016 eğitim-öğretim yılı Denizli/Kale ilçesinde öğrenim gören 175 sekizinci sınıf öğrencisine uygulanarak tekrar incelenmiştir ve iç tutarlılık (Cronbach Alpha) katsayısı, 85 olarak yüksek bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliğini ortaya koymak amacıyla faktör analizi yapılmış ve ölçek maddelerinin üç faktörde toplandığı görülmüştür. Analiz sonucunda faktör yükleri ,72 ile ,43 arasında değişen 12 madde ölçekte yer almıştır. Aynı zamanda ölçek için eğitim fakültesinde çalışan üç uzmanın görüşüne başvurulmuştur. Yapılan analizlerde ortaya çıkan sonuçlar özgün ölçek ile benzerlik göstermiştir. Bundan dolayı bu çalışmada da ‘Facebook’u Eğitsel Bağlamda Kullanılması’ ölçeği ‘*Sosyal Medya Sitelerinin Eğitsel Bağlamda Kullanılması Ölçeği*’ olarak kullanılmıştır(Bakınız EK-1).

3.3.3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla Otrar ve Arın (2013) tarafından beşli Likert tipi derecelenme geliştirilen ölçek, 17’si olumlu 6’sı olumsuz toplam 23 madde ve 4 faktörden oluşmuştur.

Bu faktörlerden birinci alt boyutu sekiz madde ile paylaşım ihtiyacı, ikinci alt boyutu altı madde ile sosyal yetkinlik, üçüncü alt boyutu altı madde ile Sosyal İzolasyon, dördüncü alt boyutu ise üç madde ile Öğretmenlerle İlişkidir. Ölçeğin boyutlarının kapsamaları aşağıda açıklanmıştır.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu öğrencilerin sosyal medya üzerinden toplumla irtibat halinde olmaya karşı nasıl bir tutum sergilediğini göstermektedir ve sekiz maddeden oluşmuştur.

Sosyal yetkinlik, bireyin sosyal medya sayesinde ilişkiler kurması, kişilik kazanması, duygularını ifade edip kendisine yönelik algısında ihtiyaçlarını karşılayarak kendini yeterli görmesidir ve altı maddeden oluşmaktadır.

Sosyal izolasyon, bireyin sosyal medya nedeniyle kendisini diğerlerinden ayrı, uzak, kopuk görmesi, etkinliklerine ilgi gösterememesi, bir bakıma soyutlanması, izole olması, sosyal bağın hissedilememesi durumudur ve altı maddeden oluşmaktadır.

Öğretmenlerle ilişki, öğretmenlerin sosyal medyada bireyi takip etmesi/edilmesi, beğenmesi/beğenilmesi ile bireyin kendisini değerli hissetmesidir ve üç maddeden oluşmaktadır.

Her alt boyutta puanın artması ilgili özelliğin de arttığı şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçeğin toplam puanı, sosyal izolasyon alt boyutu puanı tersine çevrilerek hesaplanmıştır. Ölçeğin her bir alt boyutu için hesaplanan iç tutarlılık Cronbach α katsayısının 0.70'in üzerinde olduğu, tüm iç tutarlılık katsayısının ise 0,85 olduğu görülmüştür. Test tekrar test güvenilirlik katsayısının her bir alt boyut için 0,72 – 0,89; $p < ,001$ ile anlamlı olduğu ve tüm ölçek için korelasyon katsayısının 0,83; $p < ,001$ ile manidar olduğu bulunmuş, ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu görülmüştür (Otrar ve Argın, 2013, s. 173).(Bakınız EK-2)

3.4. Verilerin Toplanması

Bu araştırma 2016- 2017 eğitim öğretim yılında Denizli/ Kale ilçesindeki 8.sınıf (n=290) öğrencilerine ulaşılması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin uygulamaları araştırmacı tarafından okullara gidilip gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere 'Kişisel Bilgi Formu', 'Sosyal Medya Eğitsel Kullanım Ölçeği' ve 'Sosyal Medya Tutum Ölçeği' veri toplama araçları, Kale ilçesindeki 10 Ortaokul ve sekizinci sınıflarda öğrencilerin doğru ve içten tepkide bulunabilmeleri için ad-soy ad istenmeden uygulanmıştır. Uygulamaya başlanmadan önce araştırmanın amacına ve uygulama sürecine ait sözlü (sosyal medyanın tanımı ve bu ölçeklerden not almayacakları, bilimsel bir çalışma için kullanılacağı belirtildi) ve yazılı yönerge verilmiştir. Uygulamalar ortalama 20-25 dakika sürmüştür.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler, SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 21.0 programında analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemlerinden sayı, yüzde, frekans ve ortalama kullanılmıştır. Araştırma süresince elde edilen verilerin analizi için esas alınan aritmetik ortalama ağırlıkları aşağıda belirtilmiştir:

1.00–1.80 = Kesinlikle Katılmıyorum

1.81–2.60 = Katılmıyorum

2.61–3.40= Kararsızım

3.41–4.20= Katılıyorum

4.21–5.00= Kesinlikle Katılıyorum

Araştırma verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Kolmogorov-Smirnov normallik testleri yapılmıştır. Elde edilen tek örneklem K-SZ testi sonucuna SMKÖ'nün ve SMTÖ'nün tüm boyutlarının normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir ($p>,05$).

Bulgular .05 anlamlılık düzeyinde sınanmış ve araştırmanın amaçları doğrultusunda çizelgeler halinde sunulmuştur.

Burada sırasıyla şu analizler yapılmıştır:

1. Çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin demografik özelliklerini betimleyici frekans ve yüzde dağılımları çıkarılmıştır.
2. Çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya kullanım durumlarını ortaya çıkarmak için frekans ve yüzde dağılımları kullanılmıştır.
3. Sosyal medya eğitsel kullanım ölçeğinin toplam ve alt boyut puanları için aritmetik ortalama, standart sapma ve standart hata değerleri saptanmıştır.
4. Öğrencilerin sosyal medya eğitsel kullanım ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların; öğrencilerin cinsiyet ve herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup-olmaması değişkenine göre bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek için Independent Samples t testi yapılmıştır.
5. Öğrencilerin sosyal medya eğitsel kullanım ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların, öğrencilerin gelir düzeyi, anne-baba eğitim seviyesi, öğrenim görülen okul, sosyal medya sitelerine üyelik süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en fazla başvuru alan araç ve en çok kullanılan sosyal

medya sitesine ve en çok sosyal medya kullanılan ders değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

6. Sosyal medya tutum ölçeğinin toplam ve alt boyut puanları için aritmetik ortalama, standart sapma ve standart hata değerleri saptanmıştır.

7. Öğrencilerin Sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların; öğrencilerin cinsiyet ve herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup-olmaması değişkenine göre bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek için Independent Samples t testi yapılmıştır.

8. Öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların, öğrencilerin gelir düzeyi, anne-baba eğitim seviyesi, öğrenim görülen okul, sosyal medya sitelerine üyelik süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en fazla başvuru alan araç ve en çok kullanılan sosyal medya sitesine ve en çok sosyal medya kullanılan ders değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

9. Tek Yönlü varyans Analizi(ANOVA) testi sonucunda gruplar arasında anlamlı fark bulunduğunda, hangi gruplar arasında anlamlı farklılık bulunduğunu tespit etmek amacıyla varyanslar homojen olduğu için Scheffe testi uygulanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR ve YORUM

Bu bölümde bir önceki bölümde açıklanan yöntemdeki çalışma grubundan elde edilen verilerin ve alt problemlerin istatistiksel analizler yardımıyla yapılan çözümlenmeleri, elde edilen bulgular ve bulgularla ilgili yorumlamalara yer verilmiştir.

4.1. Araştırmanın Birinci Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum

1. Alt Problem: *Denizli Kale ilçesindeki 8. Sınıf öğrencilerinin sosyal medya sitelerinin eğitsel bağlamda kullanmasına ilişkin düzeyi nedir?* Sorusuna cevap vermek için aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine bakılmıştır.

Tablo 4.1

Öğrencilerin Sosyal Medyayı Eğitsel Kullanımına Ait Betimsel İstatistikler

Alt boyutlar	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
İletişim	290	3,70	0,86	1	5
İşbirliği	290	3,41	1,02	1	5
Kaynak/Materyal Paylaşımı	290	3,50	0,96	1	5
Toplam	290	3,41	0,81	1	5

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanma ölçeğinin alt boyutlarından ‘iletişim’ düzeyi orta ($3,70 \pm 0,86$); ‘işbirliği’ düzeyi yüksek ($3,41 \pm 1,02$); ‘kaynak paylaşımı’ düzeyi yüksek ($3,50 \pm 0,96$); ölçeğin toplamı ise ($3,41 \pm 0,81$) yüksek olarak bulunmuştur.

4.2. İkinci Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum

2. Alt Problem: *Denizli/Kale ilçesindeki 8.sınıf öğrencilerinin sosyal medya sitelerini eğitsel bağlamda kullanmalarının*

- Öğrencilerin cinsiyetine,*
- Sosyal medyaya üye olup-olmama durumuna,*
- Anne-baba eğitim düzeylerine,*

- d) Gelir düzeylerine,
- e) Öğrenim görülen okullara,
- f) Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına,
- g) Sosyal medya üyelik süresine,
- h) Sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullandıkları araca,
- i) En çok kullandıkları sosyal medya sitesine,
- j) Sosyal medyayı en çok kullandıkları derse göre değişmekte midir?

Tablo 4.2

Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test

Alt boyutlar	Cinsiyet	n	X	SS	t	p
İletişim	Kız	141	3,05	0,83	1,563	1,16
	Erkek	149	2,94	0,88		
İşbirliği	Kız	141	2,87	1,01	1,167	0,24
	Erkek	149	2,73	1,03		
Kaynak/Materyal Paylaşımı	Kız	141	3,39	0,97	0,963	0,33
	Erkek	149	3,28	0,94		

Tablo 4.2 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin, sosyal medyayı eğitsel kullanımına ait ölçeğin alt boyutlarıyla, cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir ($p>,05$). Başka bir deyişle sosyal medyayı eğitsel kullanım ortalamaları erkekler ve kızların birbirine yakındır.

Tablo 4.3

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üye Olup-Olmam Değişkeni Açısından SMEKÖ'nin Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test

Alt boyutlar	Cinsiyet	n	X	SS	t	p
İletişim	Üye	262	3,00	0,61	-0,057	0,04
	Üye değil	27	2,01	1,02		
İşbirliği	Üye	262	2,80	1,22	0,456	0,03
	Üye değil	27	1,79	0,22		
Kaynak/Materyal Paylaşımı	Üye	262	3,35	0,93	0,677	0,04
	Üye değil	27	3,22	1,22		

SMEKÖ'nün alt boyutlarından alınan puanlar ile sosyal medya sitelerine üye

olup-olmama değişkeni arasında yapılan *Independent Samples t Test* sonuçlarında ölçeğin iletişim ($t=0,057$; $p<,05$), işbirliği ($t=0,456$; $p<,05$), kaynak paylaşımı ($t=0,677$; $p<,05$) alt boyutlarında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Aritmetik ortalamalara bakıldığında bu farkın sosyal medya sitelerine üye olanlar lehine olduğu görölmektedir.

Tablo 4.4

Çalışma Grubunun Anne Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	9,28	4	2,320	2,57	0,06
	Grup İ.	256,36	286	0,903		
İşbirliği	Grup A.	1,361	4	0,340	0,677	0,67
	Grup İ.	212,97	286	0,750		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	9,28	4	2,320	2,57	0,03
	Grup İ.	256,36	286	0,903		

Sosyal medyayı eğitsel kullanma ölçeğinin alt boyutları ile anne eğitim düzeyi değişkeni arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan ANOVA Testi sonucunda sadece kaynak paylaşımı alt boyutunda ($F=2,57$; $p<,05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu ilişkinin yönünü belirlemek için tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Scheffe testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4.4'te verilmiştir.

Tablo 4.5

Kaynak Paylaşımı Alt Boyutunun Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	X_i-X_j	Shx	p
İlkokul	Lisans	,856	0,218	0,02

Yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın annesi İlkokul mezunu olanlar ile Lisans mezunu olanlar arasında İlkokul mezunu olanlar lehine $p<,05$ olduğu görölmektedir.

Tablo 4.6

Çalışma Grubunun Baba Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	5,581	6	1,395	1,89	0,11
	Grup İ.	208,75	284	0,735		
İşbirliği	Grup A.	8,271	6	2,068	2,02	0,94
	Grup İ.	293,26	284	1,033		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	9,52	6	2,382	2,64	0,03
	Grup İ.	256,12	284	0,902		

Yapılan ANOVA testi sonucunda kaynak paylaşımı alt boyutu ile baba eğitim düzeyi değişkeni arasında ($F=2,64$; $p<,05$) anlamlı fark bulunmuştur. Bu anlamlı farkın hangi gruplar lehine olduğunu belirlemek için Scheffe testi yapılmıştır.

Tablo 4.7

Kaynak Paylaşımı Alt Boyutunun Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Shx	p
Ortaokul	Lise	,343	,173	0,04
	Lisans	,542	,222	0,01

Yapılan analizler Scheffe analizleri sonucunda babası Ortaokul mezunu olanlar ile Lise ve Lisans mezunu olanlar arasında Ortaokul mezunları lehine $p<,05$ anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Tablo 4.8

Çalışma Grubunun Gelir Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	5,05	2	0,625	0,605	0,05
	Grup İ.	213,28	288	0,746		
İşbirliği	Grup A.	1,304	2	0,652	0,621	0,53
	Grup İ.	300,23	288	1,050		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	5,68	2	2,843	3,128	0,04
	Grup İ.	220,56	288	0,909		

SMEKÖ alt boyutları ile gelir düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA testi sonucunda iletişim ($F=0,605$; $p<,05$) ve kaynak paylaşımı ($F=3,128$; $p<,05$) alt boyutunda anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu ilişkinin yönünü belirlemek için yapılan analizler Tablo 4.9 da verilmiştir.

Tablo 4.9

İletişim ve Kaynak Paylaşımı Boyutlarının Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Sh_x	p
(İletişim) Yüksek Gelir	Düşük gelir	3869	,1687	0,004
(Kaynak Paylaşımı) Yüksek Gelir	Orta gelir	469	,187	0,04

Nor: Düşük(1400 TL altı) , Orta (1400-3000 TL), Yüksek (3000 ve üstü)

SMEKÖ'nün iletişim alt boyutuyla, kaynak paylaşımı alt boyutlarındaki farklılığın yönünü belirlemek için yapılan Scheffe analizleri sonucunda; iletişim alt boyutunda yüksek ve düşük gelir grubundakiler arasında yüksek gelir grubu lehine ($p<,05$), kaynak paylaşımı alt boyutunda ise yüksek ve orta gelir grubundakiler arasında yüksek gelir grubu lehine ($p<,05$) anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Tablo 4.10

Çalışma Grubunun Öğrenim Görülen Okul Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	n	X	SS	F	p
İletişim	Yatu –Hürriyet Ort.	74	3,51	0,503	4,56	0,00
	Cumhuriyet YBO Ort.	46	3,20	0,506		
	İmamhatip Ort.	41	3,31	0,500		
	Özlüce Ort.	19	3,42	0,507		
	Şehit Sadık Sağınç Ort.	17	3,65	0,493		
	Karaköy Ort.	10	3,48	0,515		
	Gülbağlık Ort.	11	3,75	0,522		
	Belenköy Ort.	17	3,41	0,504		
	Kale Ort.	34	3,34	0,504		
	Mehmet Kemal Aracı Ort.	20	3,80	0,513		
İşbirliği	Yatu –Hürriyet Ort.	74	3,51	0,503	2,64	0,01
	Cumhuriyet YBO Ort.	46	3,20	0,506		
	İmamhatip Ort.	41	3,31	0,500		
	Özlüce Ort.	19	3,42	0,507		
	Şehit Sadık Sağınç Ort.	17	3,65	0,493		
	Karaköy Ort.	10	3,48	0,515		
	Gülbağlık Ort.	11	3,75	0,522		
	Belenköy Ort.	17	3,41	0,504		
	Kale Ort.	34	3,34	0,504		
	Mehmet Kemal Aracı Ort.	20	3,80	0,513		

Çalışma Grubunun Öğrenim Görülen Okul Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları (Devamı)

Alt boyutlar	Grup	n	X	SS	F	p
Kaynak/Materyal Paylaşımı	Yatu –Hürriyet Ort.	74	3,51	0,503	3,89	0,00
	Cumhuriyet YBO Ort.	46	3,20	0,506		
	İmamhatip Ort.	41	3,31	0,500		
	Özlüce Ort.	19	3,42	0,507		
	Şehit Sadık Sağınç Ort.	17	3,65	0,493		
	Karaköy Ort.	10	3,48	0,515		
	Gülbağlık Ort.	11	3,75	0,522		
	Belenköy Ort.	17	3,41	0,504		
	Kale Ort.	34	3,34	0,504		
Mehmet Kemal Aracı Ort.	20	3,80	0,513			

Tablo 4.10 incelendiğinde SMEKÖ'nün alt boyutları ile çalışmanın yapıldığı okullar arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testi sonucunda iletişim($F=4,56$; $p<,05$), iş birliği ($F=2,64$; $p<,05$), ve kaynak paylaşımı ($F=3,89$; $p<,05$) alt boyutunda anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.11

SMEKÖ'nün Alt Boyutlarıyla Çalışmanın Yapıldığı Okul Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Shx	p	
(İşbirliği -iletişim Alt Boyutları)	Cumhuriyet YBO	1,140	,274	0,05	
	Mehmet Kemal Aracı Ort.	Şehit Sadık Sağınç Ort.	1,629	,316	0,02
	Belenköy Ortaokulu	1,333	,317	0,04	
	Gülbağlık Ortaokulu	1,460	,307	0,00	
(Kaynak/Materyal Alt Boyutu)	Cumhuriyet YBO	1,966	,777	0,05	
	Gülbağlık Ortaokulu	Şehit Sadık Sağınç Ort.	1,856	,615	0,02
	Belenköy Ortaokulu	1,333	,317	0,04	
	Mehmet Kemal Aracı Ort.	1,460	,307	0,00	

Tablo 4.11 incelendiğinde işbirliği ve iletişim alt boyutlarında yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın, Mehmet Kemal Aracı Ortaokulu öğrencileri ile Cumhuriyet YBO, Şehit Sadık Sağınç Ortaokulu, Belenköy Ortaokulu, Gülbağlık Ortaokulu öğrencileri arasında Mehmet Kemal Aracı Ortaokulu öğrencileri lehine $p<,05$ düzeyinde; kaynak/materyal paylaşımı alt boyutunda ise Gülbağlık Ortaokulu öğrencileri ile Cumhuriyet YBO, Şehit Sadık Sağınç Ortaokulu, Belenköy Ortaokulu,

Mehmet Kemal Aracı Ortaokulu öğrencileri arasında Gülbağlık Ortaokulu öğrencileri lehine $p < ,05$ düzeyinde farklılık saptanmıştır.

Tablo 4.12

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	6,627	7	1,32	1,806	0,11
	Grup İ.	207,70	283	0,734		
İşbirliği	Grup A.	13,27	7	2,65	2,607	0,12
	Grup İ.	288,25	283	1,019		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	5,68	7	2,843	3,128	0,05
	Grup İ.	0,909	283	0,909		

Tablo 4.12 incelendiğinde SMEKÖ'nün alt boyutları ile sosyal medya sitelerini kullanım sıklığı değişkeni arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA Testi yapılmıştır. ANOVA testi sonucunda, kaynak paylaşımı ($F=3,128$; $p < ,05$) alt boyutunda anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.13

Kaynak Paylaşımı Alt Boyutu ile Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkene Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşma Olduğunu Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	X	$X_i - X_j$	Sh_x	p
Günde birden fazla	Ayda birkaç kez	2,50	0,4732	0,152	0,03

Yapılan analizler sonucunda SMEKÖ'nün kaynak paylaşım alt boyutunda, günde birden fazla sosyal medyaya bağlananlar ile ayda birkaç kez sosyal medyaya bağlananlar arasında, günde birden fazla sosyal medyaya bağlananlar lehine anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 4.14

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üyelik Süresi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	4,145	7	0,567	0,611	0,17
	Grup İ.	210,18	283	0,929		
İşbirliği	Grup A.	8,064	7	1,613	1,116	0,69
	Grup İ.	293,47	283	1,037		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	2,837	7	0,567	0,611	0,17
	Grup İ.	262,81	283	0,929		

Tablo 4.14 incelendiğinde SMEKÖ'nün alt boyutlarıyla, sosyal medya sitelerine üyelik süresi değişkeni arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testi sonucunda, iletişim ($F=0,611$; $p>,05$), işbirliği ($F=1,116$; $p>,05$), kaynak paylaşımı ($F=0,611$; $p>,05$) alt boyutunda arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Tablo 4.15

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Bağlandıkları Araç Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	5,797	3	1,932	2,641	0,05
	Grup İ.	208,53	287	0,732		
İşbirliği	Grup A.	3,513	3	1,171	1,120	0,34
	Grup İ.	298,02	287	1,046		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	1,556	3	0,519	0,560	0,64
	Grup İ.	264,09	287	0,927		

Tablo 4.15 incelendiğinde SMEKÖ'nün alt boyutlarıyla sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkeni arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA Testi yapılmıştır. ANOVA testi sonucunda, iletişim ($F=2,641$; $p<,05$), alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 4.16

İletişim Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medyaya Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	S_{hx}	p
Akıllı telefon	Dizüstü Bilgisayar	,3709	0,17426	0,03

Yapılan Scheffe testi analizi sonucunda ve Tablo 4.16 incelendiğinde internete Akıllı telefonla bağlananlar ile Dizüstü bilgisayarla bağlanan gruplar arasında, Akıllı telefonla bağlananlar lehine $p < ,05$ anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo 4.17

Çalışma Grubunun En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutları İle Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	5,760	4	1,815	2,225	0,05
	Grup İ.	210,52	286	0,625		
İşbirliği	Grup A.	3,402	4	1,160	1,189	0,34
	Grup İ.	289,03	286	1,038		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	5,35	4	2,600	2,360	0,03
	Grup İ.	264,094	286	0,911		

Tablo 4.17 incelendiğinde SMEKÖ'nün alt boyutlarıyla en çok kullanılan sosyal medya siteleri değişkeni arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testi sonucunda, iletişim ($F=2,225$; $p < ,05$), kaynak paylaşımı ($F=2,360$; $p < ,05$) alt boyutlarında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 4.18

İletişim ve Kaynak Paylaşımı Alt Boyutlarında En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkeni Açısından Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Shx	p
(İletişim) Alt Boyutu	Youtube	,3690	0,1742	0,03
	İnstagram	,3521	0,1642	0,02
WhatsApp	Youtube	,2563	0,1524	0,02
	İnstagram	,2862	0,1432	0,02
(Kaynak Paylaşımı)		,2756	0,1625	0,03
EBA	Facebook			
WhatsApp	Facebook	,2765	0,1532	0,02
	Youtube	,2856	0,1452	0,01

Yapılan Scheffe testi analizi sonucunda ve Tablo 4.18 incelendiğinde SMKÖ'nün iletişim alt boyutunda Facebook ve Youtube, Instagram sitelerini kullananlar arasında Facebook kullananlar lehine; WhatsApp ve Youtube, Instagram sitelerini kullananlar arasında WhatsApp kullananlar lehine anlamlı farklar bulunmuştur ($p < ,05$).

Kaynak paylaşımı alt boyutunda ise EBA ve Facebook kullananlar arasında EBA kullananlar lehine; WhatsApp ve Facebook, Youtube kullananlar arasında WhatsApp kullananlar lehine anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p < ,05$).

Tablo 4.19

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerini En Çok Kullandıkları Ders Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutları İle Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
İletişim	Grup A.	5,640	4	1,714	1,325	0,07
	Grup İ.	215,43	286	0,532		
İşbirliği	Grup A.	3,324	4	1,320	1,153	0,45
	Grup İ.	276,02	286	1,021		
Kaynak paylaşımı	Grup A.	5,320	4	2,439	2,420	0,03
	Grup İ.	253,08	286	0,896		

Tablo 4.19 incelendiğinde SMEKÖ'nün alt boyutlarıyla sosyal medya

sitelerinin en çok kullanıldığı ders değişkeni arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testi sonucunda, kaynak paylaşımı ($F=2,420$; $p<,05$) alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 4.20

Kaynak Paylaşımı Alt Boyutu ile Sosyal Medya Sitelerini En Çok Kullandıkları Ders Değişkeni Açısından Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Shx	p
Matematik	Türkçe	.3598	0,1789	0,03
	Müzik	.3489	0,1665	0,03
Fen Bilimleri	İngilizce	.2589	0,1499	0,02
	Türkçe	.2798	0,1428	0,01

Yapılan Scheffe testi analizi sonucunda ve Tablo 4.20 incelendiğinde SMKÖ'nün kaynak paylaşımı alt boyutunda Matematik, Türkçe ve Müzik derslerinde sosyal medya sitelerini kullananlar arasında Matematik dersi lehine; Fen Bilimleri, İngilizce ve Türkçe derslerinde sosyal medya sitelerini kullananlar arasında Fen Bilimleri dersi lehine anlamlı farklar bulunmuştur.

4.3. Üçüncü Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum

3. Alt Problem: 'Denizli Kale ilçesindeki 8. Sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ne düzeydedir' ?

Tablo 4.21

Çalışma Grubundaki Öğrencilere Uygulanan SMTÖ ve Alt Boyut Puanları İçin, Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Standart Hata Değerleri

Alt boyutlar	N	X	SS	sh
Paylaşım ihtiyacı	290	26,00	5,12	,229
Sosyal yetkinlik	290	13,20	4,03	,207
Sosyal izolasyon	290	10,01	3,98	,192
Öğretmenlerle ilişkiler	290	8,00	3,35	,129
Toplam	290	70,06	10,06	,423

Tablo 4.21'de görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması=70,06 standart sapması =10,06; standart hatası=,423; paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının

aritmetik ortalaması =26,00 standart sapması =5,12 standart hatası =,229; sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının aritmetik ortalaması =13,20 standart sapması=4,03 standart hatası =,207; sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının aritmetik ortalaması =10,01 standart sapması =3.98 standart hatası =,192; öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının aritmetik ortalaması =8,00 standart sapması =3,35 standart hatası=,129 olarak hesaplanmıştır.

4.4. Dördüncü Alt Probleme Ait Bulgular ve Yorum

4) Denizli/Kale ilçesindeki 8.sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları,

- a) Öğrencilerin cinsiyetine,
- b) Sosyal medyaya üye olup-olmama durumuna,
- c) Anne-baba eğitim düzeylerine,
- d) Gelir düzeylerine,
- e) Öğrenim görülen okullara
- f) Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına,
- g) Sosyal medya üyelik süresine,
- h) Sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullandıkları araca,
- i) En çok kullandıkları sosyal medya sitesine,
- j) Sosyal medyayı en çok kullandıkları derse göre değişmekte midir?

Tablo 4.22

Çalışma Grubunun Cinsiyet Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test

Alt boyutlar	Cinsiyet	n	X	SS	t	p
Paylaşım ihtiyacı	Kız	141	20,20	6,40	-2,56	0,01
	Erkek	149	28,30	6,20		
Sosyal yetkinlik	Kız	141	15,83	5,95	-4,29	0,00
	Erkek	149	17,47	5,81		
Sosyal izolasyon	Kız	141	11,82	5,37	1,69	0,09
	Erkek	149	13,15	5,31		
Öğretmenlerle ilişkiler	Kız	141	7,47	3,19	-2,23	0,02
	Erkek	149	7,58	3,53		

Tablo 4.22 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin, sosyal medya tutumuna ait ölçeğin; paylaşım ihtiyacı ($t=-2,56$; $p<,05$), sosyal yetkinlik ($t=-4,29$; $p<,05$), öğretmenlerle ilişkiler ($t=-2,23$; $p<,05$) alt boyutlarıyla cinsiyet değişkeni arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Tablo 4.23

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üye Olup-Olmam Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutları Arasında Yapılan Independent Samples t Test

Alt boyutlar	Cinsiyet	N	X	SS	t	p
Paylaşım ihtiyacı	Üye	262	15,27	6,39	-2,89	0.00
	Üye değil	27	12,13	5,25		
Sosyal yetkinlik	Üye	262	15,80	5,20	-.737	0.46
	Üye değil	27	12,13	6,00		
Sosyal izolasyon	Üye	262	28,66	5,03	-.816	0.41
	Üye değil	27	20,15	7,52		
Öğretmenlerle ilişkiler	Üye	262	7,58	3,36	-1,15	0.24
	Üye değil	27	6,66	3,11		

SMTÖ'nün alt boyutlarından alınan puanlar ile sosyal medya sitelerine üye olup-olmama değişkeni arasında yapılan *Independent Samples t Test* sonuçlarında ölçeğin, paylaşım ihtiyacı ($t=-2.89$; $p<,05$) boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Aritmetik ortalamalara bakıldığında bu farkın sosyal medya sitelerine üye ($X=15,27$) olan gruplar lehine olduğu görülmektedir.

Tablo 4.24

Çalışma Grubunun Anne Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	415,74	5	138,57	0,608	0,65
	Grup İ.	1299,1	285	90,645		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	406,551	5	102,18	0,298	0,88
	Grup İ.	8404,03	285	88,75		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	212,650	5	70,884	2,324	0,24
	Grup İ.	10304,8	285	30,456		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	135,954	5	70,884	2,322	0,27
	Grup İ.	3302,15	285	30,456		

Tablo 4.24 görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutları ile anne eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($p > ,05$).

Tablo 4.25

Çalışma Grubunun Baba Eğitim Düzeyi Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	460,542	7	125,4	1,120	0,34
	Grup İ.	1189,23	283	87,21		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	399,445	7	100,1	0,669	0,61
	Grup İ.	7999,02	283	89,65		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	205,563	7	69,25	0,099	0,98
	Grup İ.	10003,7	283	45,89		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	129,845	7	2,115	1,496	0,20
	Grup İ.	4520,20	283	1,413		

Tablo 4.25'te görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin, sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutları ile baba eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($p > ,05$).

Tablo 4.26

Çalışma Grubunun Gelir Düzeyi Değişkeni Açısından SMEKÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	369,42	3	174,3	6,481	0,03
	Grup İ.	20871,3	287	30,52		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	15,20	3	6,99	,215	0,56
	Grup İ.	24778,8	287	34,12		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	22,16	3	10,36	,301	0,74
	Grup İ.	28223,7	287	39,00		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	38,52	3	16,71	1,577	0,02
	Grup İ.	7500,0	287	6,84		

Tablo 4.26'da görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutları ile gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda SMTÖ'nün paylaşım ihtiyacı ($F=6.481$; $p<,05$) ile öğretmenlerle ilişkiler ($F=1.577$; $p<,05$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu anlamlı farkın hangi gruplar lehine olduğunu bulmak için Scheffe testi yapılmıştır.

Tablo 4.27

SMTÖ'nün Alt Boyutlarının Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Sh_x	p
(Paylaşım İhtiyacı)				
Yüksek Gelir	Orta gelir	6,506	1,069	0,03
(Öğretmenlerle İlişkiler)				
Yüksek Gelir	Orta gelir	3,879	1,006	0,03

Not: Düşük(1400 TL altı) , Orta (1400-3000 TL), Yüksek (3000 ve üstü)

Yapılan Scheffe testi analizler sonucunda paylaşım ihtiyacı ve öğretmenlerle ilişkiler boyutlarında yüksek gelirli olan ailelerin çocukları ile orta gelirli ailelerin çocukları arasında, yüksek gelirliler lehine $p < ,05$ anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Tablo 4.28

Çalışma Grubunun Eğitim Görülen Okul Değişkeni Açısından SMTÖ'ye İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım ihtiyacı	Yatu –Hürriyet Ort.	G.arası	1070,1	5	232,82	6,052	0,01
	Cumhuriyet YBO						
	İmamhatip Ort.	G.içi	27264,	285	38,32		
	Özlüce Ort.						
	Şehit Sadık S. Ort.						
	Karaköy Ort.						
	Gülbağlık Ort.						
	Belenköy Ort.						
	Kale Ort.						
	Mehmet K. Aracı Ort.						
Sosyal yetkinlik	Yatu –Hürriyet Ort.	G.arası	2285,70	5	430,6	13,64	0,00
	Cumhuriyet YBO Ort.						
	İmamhatip Ort.	G.içi	22979,39	285	30,12		
	Özlüce Ort.						
	Şehit S. Sağınç Ort.						
	Karaköy Ort.						
	Gülbağlık Ort.						
	Belenköy Ort.						
	Kale Ort.						
	Mehmet K. Aracı Ort.						
Sosyal izolasyon	Yatu –Hürriyet Ort.	G.arası	475,60		110,2	4,230	0,06
	Cumhuriyet YBO Ort.						
	İmamhatip Ort.	G.içi	18555,24		88,23		
	Özlüce Ort.						
	Şehit S. Sağınç Ort.						
	Karaköy Ort.						
	Gülbağlık Ort.						
	Belenköy Ort.						
	Kale Ort.						
	Mehmet K. Aracı Ort.						
Öğretmen lerle ilişkiler	Yatu –Hürriyet Ort.	G.arası	375,54		76,12	6,956	0,01
	Cumhuriyet YBO Ort.						
	İmamhatip Ort.	G.içi	7735,08		11,89		
	Özlüce Ort.						
	Şehit S. Sağınç Ort.						
	Karaköy Ort.						
	Gülbağlık Ort.						
	Belenköy Ort.						
	Kale Ort.						
	Mehmet K. Aracı Ort.						

SMTÖ'nün paylaşım ihtiyacı ($F=6,052$; $p<,05$) ,sosyal yetkinlik ($F=13,64$;

$p<,05$) öğretmenlerle ilişkiler boyutlarında ($F=6,956$; $p<,05$) anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu anlamlı farkın hangi gruplar lehine olduğunu bulmak için Scheffe testi yapılmıştır.

Tablo 4.29

SMTÖ' nün Okul Türü Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	X_i-X_j	Shx	p
Paylaşım İhtiyacı				
	İmamhatip Ort.	2,698	,493	0,01
Yatu-Hürriyet Ortaokulu	Gülbağlık Ort.	3,401	,821	0,03
Sosyal Yetkinlik				
Gülbağlık Ort.	Cumhuriyet YBO	3,152	,775	0,03
İmamhatip Ort.	Belenköy Ort.	3,162	,896	0,00
	Kale Ort.	3,263	,752	0,02
Öğretmenlerle İlişkiler				
	İmamhatip Ort.	1,403	,222	0,00
Yatu-Hürriyet Ort.	Gülbağlık Ort.	2,160	,3717	0,01

Tablo 4.29'da görüldüğü gibi yapılan scheffe analizi sonucu SMTÖ'nün, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda, Yatu-Hürriyet Ortaokulu ile İmamhatip Ortaokulu ve Gülbağlık Ortaokulu arasında Yatu-Hürriyet Ortaokulu lehine ($p<,05$); sosyal yetkinlik alt boyutunda Gülbağlık Ortaokulu ile Cumhuriyet YBO arasında Gülbağlık Ortaokulu lehine ($p<,05$), Kale İmamhatip Ortaokulu ile Belenköy ve Kale Ortaokulları arasında Kale İmamhatip Ortaokulu lehine ($p<,05$) olduğu görülmektedir; öğretmenlerle ilişkiler alt boyutunda ise Yatu-Hürriyet Ortaokulu ile Kale İmamhatip Ortaokul ve Gülbağlık Ortaokulları arasında Yatu-Hürriyet Ortaokulu lehine ($p<,05$) anlamlı farklılık bulunmuştur. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ($p>,05$).

Tablo 4.30

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkeni Açısından SMTÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	2521,7	5	652,6	7,744	0,00
	Grup İ.	25656,3	285	34,15		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	740,03	5	179,15	5,285	0,00
	Grup İ.	25091,5	285	33,79		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	109,012	5	26,802	,841	0,356
	Grup İ.	20310,7	285	25,78		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	54,99	5	12,85	1,241	0,29
	Grup İ.	8081,4	285	11,00		

SMTÖ'nün alt boyutlarıyla sosyal medya sitelerini ziyaret etme değişkeni arasında anlamlı farkı belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu test sonucunda paylaşım ihtiyacı ($F=7,744$; $p<,05$), sosyal yetkinlik ($F=5,285$; $p<,05$), boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu farkın yönünü belirlemek için tamamlayıcı analizlerden Scheffe analizi yapılmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ($p>,05$).

Tablo 4. 31

SMTÖ'nün Paylaşım İhtiyacı ve Sosyal Yetkinlik Alt Boyutlarının Sosyal Medya Sitelerini Ziyaret Etme Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Sh_x	p
Paylaşım İhtiyacı Günde birden fazla	Her gün bir kere	2,151	,550	0,02
	Haftada bir	1,741	,541	0,01
	Ayda birkaç kez	2,772	0,675	0,00
Sosyal Yetkinlik Günde birden fazla	Her gün bir kere	6,450	0,886	0,02
	Haftada bir	3,150	0,759	0,01
	Ayda birkaç kez	3,420	0,659	0,00

Yapılan Scheffe test analizleri sonucunda paylaşım ihtiyacı ve sosyal yetkinlik alt boyutlarında günde birden fazla sosyal medyayı ziyaret edenler ile her gün bir kere, haftada bir ve ayda birkaç kez sosyal medyayı ziyaret edenler arasında günde

birden fazla sosyal medyayı ziyaret edenler lehine anlamlı farklar bulunmuştur ($p<,05$).

Tablo 4.32

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Üyelik Süresi Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	911,75	5	300,10	7,652	0,00
	Grup İ.	29234,4	285	36,86		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	25,54	5	8,75	,246	,856
	Grup İ.	24855,20	285	34,89		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	159,10	5	52,69	1,859	,132
	Grup İ.	21080,5	285	27,89		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	50,00	5	16,03	1,420	0,20
	Grup İ.	8079,72	285	10,25		

SMTÖ'nün alt boyutlarıyla sosyal medya sitelerini ziyaret etme değişkeni arasında anlamlı farkı belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. SMTÖ'nün paylaşım ihtiyacı ($F=7,652$; $p<,05$), boyutunda anlamlı farklılık bulunmuş ve tamamlayıcı analizlere geçilmiştir.

Tablo 4.33

Paylaşım İhtiyacı, Alt Boyutlarının Sosyal Medyayı Sitelerini Kullanma Sürelerini Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Shx	p
1 yıldan az	2 yıl	-3,506	1,070	0,00
	2 yıldan fazla	-3,777	1,102	0,00

Tablo 4.33'te görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini bir yıldan az süredir kullanan grup ile 2 yıldır kullanan grup arasında 2 yıldır sosyal medya sitesi kullananlar lehine $p<,05$ düzeyinde; yine sosyal medyayı bir yıldan az süredir kullanan grup ile 2 yıldan fazla kullanan grup arasında 2 yıldan

fazla sosyal medya kullanan grup lehine $p < ,05$ düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ($p > ,05$).

Tablo 4.34

Çalışma Grubunun Sosyal Medya Sitelerine Bağlandıkları Araç Değişkeni Açısından SMTÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	151,12	4	49,89	1,275	,269
	Grup İ.	29289,4	286	38,79		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	356,66	4	121,21	3,402	0,18
	Grup İ.	24417,36	286	33,79		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	92,41	4	45,69	1,451	0,18
	Grup İ.	21145,6	286	27,56		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	27,89	4	8,57	,841	0,40
	Grup İ.	8111,69	286	11,03		

Tablo 4.34'te görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ($p > ,05$).

Tablo 4.35

Çalışma Grubunun En Çok Ziyaret Ettiği Sosyal Medya Sitesi Değişkeni Açısından SMTÖ'nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	320,999	5	63,214	2,545	0,02
	Grup İ.	134455,1	285	22,889		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	416,201	5	82,652	3,100	,000
	Grup İ.	14756,8	285	25,989		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	589,578	5	116,224	3,162	,008
	Grup İ.	21045,5	285	35,874		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	126,25	5	24,325	2,021	0,06
	Grup İ.	6355,85	285	11,025		

Tablo 4.35'te görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal

medya ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların, en çok ziyaret ettiği sosyal medya sitelerine değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ($F=2,545$; $p<,05$), sosyal yetkinlik alt boyutunda ($F=3,100$; $p<,05$), sosyal izolasyon ($F=3,162$; $p<,05$) anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıkların hangi gruplar lehine olduğunu bulmak için Scheffe analizi yapılmıştır.

Tablo 4.36

Paylaşım İhtiyacı, Sosyal Yetkinlik ve Sosyal İzolasyon Alt Boyutlarının En Çok Kullanılan Sosyal Medya Sitelerinin Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Sh_x	p
Paylaşım İhtiyacı Facebook	Youtube	3,124	1,041	0,03
	Instagram	7,756	1,896	0,01
EBA	Youtube	2,772	1,015	0,00
	Instagram	7,345	1,940	0,03
Sosyal Yetkinlik WhatsApp	Youtube	6,450	0,886	0,02
	Fen okulu	3,150	0,759	0,01
		3,420	0,659	0,00
Sosyal İzolasyon WhatsApp	Youtube	3,125	0,396	0,00

Tablo 4.36’da görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon, sosyal yetkinlik alt boyutlarında puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın paylaşım ihtiyacı alt boyutunda Facebook, Youtube, Instagram sitelerini kullanan gruplar arasında Facebook sitesini kullananlar lehine ($p<,05$), EBA ile Youtube, Instagram siteleri arasında ise EBA lehine anlamlı fark çıkmıştır.

Sosyal yetkinlik alt boyutunda ise WhatsApp, Youtube, fen okulu arasında WhatsApp kullananlar lehine ($p<,05$) anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Sosyal izolasyon alt boyutunda WhatsApp ile Youtube sitelerini kullananlar arasında

WhatsApp kullananlar lehine anlamlı fark bulunmaktadır ($p<,05$).

Tablo 4.37

Çalışma Grubunun Sosyal Medyayı En Çok Kullandığı Ders Değişkeni Açısından SMTÖ' nün Alt Boyutlarına İlişkin Yapılan ANOVA Testi Sonuçları

Alt boyutlar	Grup	KT	Sd	KO	F	p
Paylaşım İhtiyacı	Grup A.	242,45	3	120,22	3,35	0,03
	Grup İ.	34612,11	287	34,02		
Sosyal Yetkinlik	Grup A.	129,23	3	43,12	1,23	,28
	Grup İ.	33493	287	35,75		
Sosyal İzolasyon	Grup A.	33,67	3	16,85	,352	,675
	Grup İ.	41052,8	287	35,874		
Öğretmenlerle İlişkiler	Grup A.	269,65	3	134,8	10,40	0,00
	Grup İ.	112532,0	287	12,96		

Tablo 4.37’de görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların, sosyal medyayı en çok kullandıkları ders değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ($F=3,35$; $p<,05$), öğretmenlerle ilişkiler ($F=10,40$; $p<,05$) anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıkların hangi gruplar lehine olduğunu bulmak için Scheffe analizi yapılmıştır.

Tablo 4.38

Paylaşım İhtiyacı, Öğretmenlerle İlişkiler Alt Boyutlarının Sosyal Medya Sitelerinin En Çok Kullanıldığı Ders Değişkeni Arasında Hangi Grupların Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$X_i - X_j$	Shx	p
(Paylaşım ihtiyacı) Fen Bilimleri	Türkçe	4,090	1,652	0,04
	İngilizce	7,625	1,642	0,00
(Öğretmenlerle ilişkiler) Matematik	İngilizce	10,958	1,725	0,00
	T.c İnkılap T.	10,856	2,214	0,00

Tablo 4.38’de görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişkiler alt boyutlarında puanların hangi gruplar

arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın paylaşım ihtiyacı alt boyutunda, Fen bilimleri, Türkçe, İngilizce dersleri arasında Fen Bilimleri derslerinde sosyal medyayı kullananlar lehine ($p<,05$) olduğu; öğretmenlerle ilişkiler alt boyutunda ise Matematik, İngilizce, T.C İnkılâp Tarihi dersleri arasında ise Matematik dersinde sosyal medyayı kullananlar lehine ($p<,05$) olduğu görülmektedir.



BEŞİNCİ BÖLÜM: TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

5.1. Tartışma ve Sonuç

Sosyal medya, dünyada ve ülkemizde çok hızlı bir şekilde yayılmakta sosyal, kültürel hayatı etkisi altına almaktadır. Devamlı güncellenebilmesi, erişimin her yerde ve ortamda sağlanabilmesi onun etkisini daha da artırmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı teknolojiye bu hızlı gelişmeyi okullardaki eğitim-öğretim ortamlarına taşıyarak etkili bir öğrenme ortamı oluşturmaya çalışmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) Stratejik Planı ve BT Politika Raporunda yer alan hedefler doğrultusunda yürütülen 22 Kasım 2010'de tanıtılan Fırsatları Artırma ve Teknolojiyi İyileştirme Hareketi (FATİH) Projesi, dersliklere bilişim teknolojisi (BT) araçları sağlayarak, BT destekli öğretimin gerçekleştirilmesini amaçlamıştır. Bu kapsamda okullarda bilgisayar, internet ve eğitim yazılımları ile ders içerikleri zenginleştirilmiştir. Öğrenciler ise okullarda bu internet ve akıllı tahta teknolojisi ile birçok internet sitelerine girişlerini yapmaktadırlar. Sosyal medyanın eğitim üzerine etkisi ve erken yaşlarda oluşan tutumların araştırılıp faydalı bir yön gösterici olarak kullanılması gereklidir. Özellikle öğrenciler ve öğretmenler derslerde EBA' yı kullanmakta ve buradaki etkinlikleri yaparak derslerin daha zengin bir içerik kazanmasını sağlamaktadır. Böylece hem gelişen teknolojiye en iyi şekilde yararlanılacak hem de her ülke için en önemli öğe olan eğitim ve öğretimin amaçlarına daha kolay ulaşılacaktır. Teknolojinin kullanımı birçok okul ve öğrenci için faydalıdır. Fen laboratuvarı olmayan, diğer dersler içinde öğrenme materyali eksik olan okullar için internetteki ders etkinlikleri kalıcı, öğrenci merkezli bir öğretim sağlayabilir. Öğrenciler sorun yaşadıkları konulara kendileri dönüp tekrarlar yapabilir, yanlış yaptıkları soruların anında dönütünü alabilirler. Bu sayede hem öğrencilerin yönettiği hem de dezavantajların (laboratuvar olmaması, eksik ders materyalleri, ek kaynakların olmaması vb.) ortadan kalktığı bir öğrenme ortamı oluşur. Örneğin, EBA' da ki sanal deneyler ile her öğrenci kendi deneyini malzeme sıkıntısı olmadan yapabilir ve evde isterse bunu tekrarlayabilir ya da konu ile ilgili oyunlar oynayarak daha eğlenceli bir öğrenme gerçekleştirir. Tüm bunlar düşünüldüğünde teknolojinin eğitimde faydalı bir şekilde kullanılmasının büyük bir avantaj olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada 8.sınıf öğrencilerinin sosyal medya sitelerini eğitsel kullanmaları ile sosyal medya tutumlarını etkileyen değişkenler araştırılmıştır. Araştırma kapsamında

öncelikle 8.sınıf öğrencilerinin sosyal medya sitelerini kullanma durumları araştırılmıştır. Bu kapsamda varılan sonuçlar aşağıdaki gibidir:

1. Araştırmaya katılan 290 öğrencinin %51,8'i erkek, %48,2'si kız öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin %81 orta gelir düzeyine sahip ailelerden gelirken, %47'sinin babası ilkokul, %71'inin annesinin ilkokul mezunu olduğu tespit edilmiştir.

2. Araştırmaya katılan 8.sınıf öğrencilerinin sadece yüzde dokuzu sosyal medya sitelerini kullanmadıklarını belirtmiştir. Geri kalan öğrencilerin %30'u her gün bir kere, %25,5'lik kısmı ise günde birden fazla gibi yüksek oranlarda sosyal medya sitelerini ziyaret ettiklerini bildirmiştir. Bu sıklık durumu göz önüne alındığında sosyal medya sitelerinin öğrenciler üzerinde etkili olduğu sonucuna varılabilir.

Benzer şekilde, Vural ve Bat (2010) tarafından yapılan araştırma sonucunda 318 üniversite öğrencisinin, dörtte üçünden fazlasının sosyal ağları kullandığı, yarısının sosyal ağları her gün kullandığı ve internet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya koyulmaktadır. Hazar (2011) sosyal medya bağımlılığına yönelik yaptığı bir alan çalışmasında, internet kullanımı içinde yer alan uygulamalardan sosyal medyayı öğrencilerin %50,4'ünün günde 2-4 saat arasında kullandığını ortaya koymuştur. Aynı şekilde, çalışma bulgumuzu destekler nitelikte alan yazında yapılan çalışmalarda, öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medyayı ziyaret ettikleri bulgusuna ulaşılmıştır (Uysal, 2013; Sarıçam, 2015; İlhan, 2016; Tuğlu, 2017).

3. Araştırmaya katılan öğrencilerin %77,24'ü sosyal medyaya, Akıllı telefondan bağlandıklarını belirtmişlerdir. Günümüzde telefonların da internete bağlanma özelliği kazanmasıyla birlikte, taşınmasının da kolay olmasından dolayı bu sonucun ortaya çıktığı söylenebilir. Benzer şekilde Sarıçam (2015), yaptığı çalışmasında öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%48) sosyal medyaya tablet veya telefonlarla ulaştıklarını belirtmiştir.

4. Araştırmaya katılan öğrencilerin, %47'sinin babası ilkokul, %71'inin annesinin ilkokul mezunu olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kırsal bir bölge de yapıldığı için veli eğitim seviyesinin çok yüksek olmadığı söylenebilir.

5. Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya sitelerinden, %27,58'le en çok

Facebook, 2. sırada ise %20,68'le EBA kullandıkları sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin bu sosyal medya araçlarını diğer sosyal medya araçlarına göre daha çok kullanma nedenleri arasında iletişim kurma, resim-video paylaşımı, ödev yapma, ders dinleme ve sınavlara hazırlanma sayılabilir. Literatürde yapılan çalışmalarda da bulgumuzu destekleyen sonuçlara ulaşılmış ve en çok kullanılan sosyal medya sitesinin Facebook olduğu belirtilmiştir (Vural ve Bat, 2010; Uysal, 2013; Sönmez, 2013; Tektaş, 2014; Sarıçam, 2015; Bedir, 2016; Kenanoğlu, 2016).

6. Birinci alt probleme ait analizler sonucunda araştırmaya katılan öğrencilerin, sosyal medyayı eğitsel kullanma ölçeğinin toplamından almış oldukları puanların ortalaması ($X=3,41$) bulunmuştur (Bkz.4.1). Yani araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel olarak kullanım oranları yüksektir. Burada da FATİH projesi ile okullarda yaygınlaşan akıllı tahtalarla birlikte kullanımının arttığı EBA'dan kaynaklı olabileceği düşünülebilir. Aynı zamanda öğrencilerin sosyal medyayı sadece eğlenme, zaman geçirme aracı olarak değil eğitimde de kullandıkları bir araç olarak gördükleri söylenebilir. Mogogwe ve Ntreke (2013), sosyal medyayı; iletişimi kolaylaştıran bir araç olarak eğitimin her kademesinde kullanılacak araçlar olarak tanımlamıştır. Gülbahar, Kalelioğlu ve Mardan (2010) sosyal paylaşım sitelerinin birçok özelliğinin, işbirlikli öğrenmeyi desteklediği için eğitimde kullanılmasının ders başarısına destek vereceğini belirtmişlerdir.

Benzer şekilde Uysal (2013), meslek liseleri ile yaptığı çalışmasında sosyal medyanın gençlerin derslerine olumlu katkı yaptığını, sosyal medyayı kullanarak arkadaşları ile derslerle ilgili daha verimli, kolay bir şekilde iletişim kurabildiklerini tespit etmiştir. İlhan (2016), araştırmasında çalışma grubundaki öğrencilerin %20,4'ü araştırma ve ödev amaçlı interneti kullandığını belirtmiştir.

7. Araştırmaya katılan öğrencilerin, sosyal medyanın eğitsel kullanımına ait ölçeğin alt boyutlarıyla, cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>,05$). Yani cinsiyetin sosyal medyanın eğitsel olarak kullanılmasına etkisi yoktur. Uysal (2013), yaptığı çalışmasında bulgumuzu destekleyen sonuçlara ulaşmıştır. Kenanoğlu (2016) ise çalışmasında erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre SPS'nin eğitimde kullanılmasının ders başarısına katkısının daha fazla olduğunu düşündükleri sonucuna ulaşmıştır.

8. SMEKÖ'nün alt boyutlarından alınan puanlar ile sosyal medya sitelerine üye olup-

olmama değişkeni arasında yapılan analizlerde, tüm boyutlarda anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<,05$). Aritmetik ortalamalara bakıldığında bu farkın sosyal medya sitesine üye olanlar lehine olduğu görülmektedir (Bkz. 4.2). Sosyal medyaya üye olan öğrencilerin, sosyal medyayı daha çok eğitsel kullandıkları söylenebilir. Özellikle Facebook, EBA, Instagram gibi sosyal medya sitelerine üye olmadan paylaşımlarda bulunulamayacağından ve site içeriklerine erişilememesinden kaynaklı bu sonucun çıktığı söylenebilir. Kenanoğlu (2016), bilgisayarı, internet erişimi ve sosyal medya üyeliği olan öğrencilerin, sosyal medyanın eğitimde kullanılmasının ders başarısına katkısının daha yüksek olacağı görüşünde oldukları sonucuna ulaşmıştır.

9. Sosyal medyayı eğitsel kullanma ölçeğinin alt boyutları ile anne-baba eğitim düzeyi arasında kaynak paylaşımı alt boyutunda ($p<,05$) anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu farkın annesi ilkokul, babası ortaokul mezunu olan öğrencilerin lehine olduğu görülmüştür. Buradan anne ve babasının eğitim seviyesi düşük olan öğrencilerin sosyal medyayı; derslerde, diğer eğitsel çalışmalarda bilgi ve materyal paylaşımı için kullandığı söylenebilir. Eğitim seviyesi düşük olan veliler, çocuklarının ödev ve eğitimi ile ilgili yetersiz kaldıklarından dolayı öğrenciler bu yardımı sosyal medya üzerinden aldıkları için bu sonuç çıkmıştır. Şad ve Gürbütürk (2013), yaptığı çalışmalarında lise mezunu velilerin, ilkokul mezunlarına göre çocuklarının ödev ve çalışmalarına daha fazla destek sağladığı ve yardımcı olduğunu belirtmiştir.

10. SMEKÖ'nün alt boyutlarıyla, gelir düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan analizlerde iletişim ($p<,05$) ve kaynak paylaşımı ($p<,05$) alt boyutunda anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu anlamlı ilişkinin ise yüksek gelir grubu lehine olduğu görülmektedir. Gelir durumu iyi olan ailelerin çocuklarının sosyal medyayı sınıf içi ve dışında iletişim, ders materyali araştırma-paylaşma noktalarında kullandıkları söylenebilir. Bunu destekleyen bir diğer durum ise 'Sosyal medya, ders materyalleri ve kaynaklarının iletilmesine yardımcı olur' ve 'Sosyal medya, sınıf arkadaşları arasında iletişim kurulmasına katkı sağlar' ifadelerini teyit etmesi durumudur.

11. SMEKÖ'nün iletişim, iş birliği ve kaynak paylaşımı alt boyutları ile çalışmanın yapıldığı okul değişkeni arasında anlamlı fark bulunmuştur ($p<,05$). Bu farklılığın işbirliği ve iletişim alt boyutlarında Mehmet Kemal Aracı Ortaokulu lehine, kaynak ve materyal paylaşımı boyutlarında ise Gülbağlık Ortaokulu lehine olduğu görülmektedir

(Bkz. Tablo 4.11). Mehmet Kemal Aracı Ortaokulu ilçe merkezinde yer alan ve TEOG sınavında ilçede başarı olarak 3. sırada yer alan, ailelerin öğrenci başarısını desteklediği bir okuldur. Ailelerin okul ile iletişimlerinin iyi olması, okulun ilçe merkezinde olmasından dolayı olanakları diğer okullara göre daha iyi durumdadır. Bu okulda öğrencilerin sosyal medyayı sınıf arkadaşları ve öğretmenleriyle iletişim amaçlı aynı zamanda derslerle ilgili eğitsel tartışma ve işbirlikli çalışmalarda daha çok kullandıkları söylenebilir.

Gülbağlık Ortaokulu'nun ise sosyal medyayı eğitsel materyale ulaşmada ve bunu paylaşmada daha yüksek oranda kullandığı söylenebilir. Gülbağlık Ortaokulu bir köy okulu olduğu için ailelerin eğitim seviyeleri düşüktür ve bu yüzden buradaki çocukların ebeveynleri ödev, ders çalışmalarına yardımcı olamadıklarından dolayı bu sonucun çıktığı söylenebilir. Yani buradaki öğrenciler bu yardımı sosyal medyadan ya da sosyal medya yardımı ile arkadaşlarından sağlamaktadırlar.

12. SMKÖ'nün kaynak paylaşımı alt boyutuyla sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkeni arasında anlamlı fark bulunmuştur (Bkz. Tablo 4.13). Bu farkın günde birden fazla sosyal medyaya bağlananlar lehine olduğu bulunmuştur. Tuğlu (2017), yaptığı çalışmasında öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında sosyal medyayı bilgiye erişim amaçlı kullanma ve akademik bilgi paylaşımı (ödev, proje vb.) amacıyla kullanma oranlarını yüksek bulmuştur. Günümüzde artık öğrenciler ödevlerini kütüphanelerde kitaplardan değil gelişen teknolojiyle beraber internetten hazırlamaktadırlar. Arkadaşları ile ödev yardımcı olacak internet sayfalarını ve ödevlerini paylaşmaktadır. Hatta bazen internette bulduğu ödevi hiç değiştirmeden öğretmene getirmektedir. Bu yüzden internet öğrencinin araştırma becerisini, öğrenmeyi öğrenmesi gibi becerilerini geliştirirken bir yandan da tembelliğe alıştırmaktadır.

13. SMEKÖ'nün alt boyutlarıyla sosyal medya sitelerine üyelik süresi değişkeni arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>,05$). Sosyal medyayı uzun süredir kullanan ya da kısa süredir kullanan öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel olarak kullanma düzeyleri birbirine yakın oranlardadır.

14. SMEKÖ'nün iletişim alt boyutuyla sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkeni arasında anlamlı fark bulunmuştur ($p<,05$). Bu farkın sosyal medyaya Akıllı telefondan bağlananlar lehine olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 4.16). Yani sosyal medyaya mobil

cihazla bağlanan öğrenciler; sosyal medyayı sınıf arkadaşları, öğretmenleri ile iletişimde bulunmak için kullandıkları söylenebilir. Benzer şekilde Kenanoğlu (2016), çalışmasında öğrencilerin SPS üzerinde arkadaşları ile ders konularında bilgi paylaşımlarının, ders başarılarına katkı sunacağı görüşünde olduklarını tespit etmiştir.

15. SMEKÖ'nün iletişim alt boyutunda Facebook ve WhatsApp kullananlar lehine anlamlı farklılıklar çıkmıştır. Kaynak paylaşımı alt boyutunda ise EBA kullananlar lehine anlamlı fark bulunmuştur. Öğrencilerin ders, sınıf ve okul içi konularla ilgili daha çok bu sosyal medya araçlarından iletişime geçtikleri söylenebilir. EBA'nın ise bütün dersler ve sınıflarla ilgili interaktif konu anlatımları, online testler ve konu alıştırmaları olmasından dolayı öğrencilerin materyal ve kaynaklara ulaşmada öncelikli olarak bu siteyi kullandığı şeklinde yorumlanabilir. Kenanoğlu (2016) çalışmasında Facebook'u kullanan öğrencilerin diğer SPS'yi kullanan öğrencilere göre ders başarısına daha çok katkıda bulunabileceğini düşündükleri sonucuna ulaşmıştır. Khedo ve diğerleri (2012) Facebook'un eğitsel amaçla kullanılabilirliğini test etmişlerdir. Facebook' un eğitsel olarak kullanılacak bir araç olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde, Yüksel ve Olpak (2014) ve Mazman (2009) çalışmalarında Facebook'un eğitim amaçlı kullanılmasının olumlu sonuçlarının olduğunu vurgulamıştır.

16. Öğrencilerin, sosyal medyadan daha çok Fen Bilimleri ve Matematik derslerinde eğitsel çalışmalarla ilgili kaynak paylaşımında bulunduğu görülmüştür. Eren (2014)'in araştırmasında da ortaokul öğrencilerinin ders hazırlığı amaçlı sosyal medya platformlarını kullandıklarını belirtmiştir. Buna sebep olarak ortaokul öğrencilerinin performans ödevlerini hazırlamaları gösterilmiştir.

Öğrencilerin Fen Bilimleri dersindeki başarısızlık sebeplerinden birisi de öğrenci merkezli eğitim ortamının sağlanmamasından kaynaklıdır (Ceylan, E. ve Berberoğlu, G. 2007). Matematik ve Fen Bilimleri derslerindeki soyut kavramlar interaktif eğitim ortamı ile öğrenciye daha zengin öğrenme ortamı sağlamaktadır. Bu şekildeki ortamların ise öğrencilerin fen başarılarını artırdığı çalışmalarla ortaya konulmuştur (Çömek ve Bayram, 2006; Kahraman, 2007).

Gülbahar, vd. (2010), araştırmalarında öğretmenlerin derslerinde SPS'yi kullandıklarında öğretmen-öğrenci ve öğrenci-öğrenci iletişimini güçlendirdiğinden öğretmenlerin bu uygulamalardan memnun kaldığı sonucuna ulaşmışlardır.

17. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla hesaplanan aritmetik ortalama değerlerine göre, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde olduğu görülmüştür (Bkz. Tablo 4.21). Kahyaoğlu ve Çelik (2011) ,ortaöğretim ve yükseköğretimde öğrenim gören öğrencilerin internet kullanımına yönelik olumlu tutuma sahip olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde yapılan çalışmalarda da öğrencilerin sosyal medya tutumları yüksek çıkmıştır (Vidal, Martinez, Furtuno ve Cervera, 2011; Arın, 2013; Kılıç, 2016).

18. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda kız ve erkek öğrenciler arasında paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişkiler boyutlarında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Erkek öğrencilerin bu boyutlarda sosyal medya tutumları kızlara göre daha yüksektir (Bkz. Tablo 4.22). Bu sonucun, erkek öğrencilerin toplumumuzda daha rahat olmaları ve internet, sosyal medya, telefon, gibi araçlara ulaşmalarında aileleri tarafından destek görmelerinden kaynaklı olduğu söylenebilir. Atalay (2014) yılındaki tez çalışmasında sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarında erkek öğrencilerin sosyal medya tutumlarının yüksek olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde yapılan çalışmalarda erkeklerin kızlara göre daha fazla internet kullandığı belirlenmiştir (Kahyaoğlu ve Çelik, 2011; Deniz, 2012; Ök, 2013; Sarıçam, 2015; Tuğlu, 2017) .Yine literatürde ki çalışmalar erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre internet bağımlılığının yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Zorbaz, 2013; Türkoğlu, 2013; Gencer, 2017). Buna karşın Arın (2013) ve Kılıç (2016) da yaptıkları çalışmalarında sosyal medya tutumu ile cinsiyet arasında anlamlı fark bulamamışlardır.

19. Araştırmaya katılan öğrencilerden sosyal medyaya üye olanların, sosyal medya tutum ölçeğinin paylaşım ihtiyacı boyutundan aldığı puanlar daha yüksek çıkmıştır. Başka bir deyişle, sosyal medyaya üye olan öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları daha yüksektir. Arın (2013) ve Korkut (2016) yaptıkları çalışmalarıyla paralel sonuçlar elde etmiştir. Saraç (2014) ise yaptığı çalışmasında tam tersi bulgular elde etmiştir.

20. Sosyal medya tutumunun anne ve baba eğitim seviyesi değişkeni arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır. Yani öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını, ailelerin

eğitim seviyesinin etkilemediği söylenbilir. Argın (2013) da meslek liseleriyle yaptığı çalışmasında benzer sonuçlar elde etmiştir. Saraç (2016) alışmasında anneleri ilkokul ve altı eğitim alan gruptaki öğrenciler ile babalarının eğitim seviyesi yüksek olan öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. İlhan (2016) ise annelerinin eğitimi yüksek olan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının yüksek olduğunu belirtmiştir.

21. Öğrencilerin gelir düzeyleri ile paylaşım ihtiyaı ve öğretmenlerle ilişkiler boyutlarında yüksek gelirli aileler lehine anlamlı fark çıkmıştır. Gelir durumu iyi olan ailelerin çocuklarına bilişim ve iletişim teknolojilerini daha kolay temin etmelerinden ötürü bu sonucun ortaya çıktığı söylenbilir. İlhan (2016), alışma sonuçlarıyla bu bulgumuz paralellik göstermektedir.

Argın (2013) ve kte (2014) araştırması biraz değişiklik göstermiş, sosyal medyaya ilişkin tutumların algılanan gelir durumuna bağlı olarak farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Saraç (2016), çalışmasında tam tersi bir sonuç elde etmiş; düşük gelir grubundaki öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğunu belirlemiştir.

22. SMT'nn paylaşım ihtiyaı ve öğretmenlerle ilişkiler alt boyutlarında Hürriyet-Yatu Ortaokulu lehine, sosyal yetkinlik alt boyutunda Gülbağlık Ortaokulu ile Kale İmamhatip Ortaokulu lehine anlamlı farklar ortaya çıkmıştır (Bkz. Tablo 4.29).Bu okullar içerisinde Hürriyet-Yatu ve Gülbağlık Ortaokulundaki ğrencilerin sosyal medya platformlarından öğretmenlerini takip etmekten ve paylaşımlarda bulunmaktan hoşlandıklarını söyleyebiliriz. Hürriyet-Yatu ortaokulu merkezde bulunan başarılı bir okuldur. Öğrencilerin ailelerinin ekonomik seviyeleri yüksektir, aileler ğrenci başarisına önem vermekte, hatta bazen bu noktada okula ve çocuklarına karşı baskıcı bir tutum sergilemektedir. Öğrencilerin ğretmenleri ile sık sık bilgi paylaşıp, soru sordukları için bu sonucun çıktığı söylene bilinir.

23. SMT'nn paylaşım ihtiyaı ve sosyal yetkinlik boyutlarında günde birden fazla sosyal medya sitelerini ziyaret eden öğrenciler lehine anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır (Bkz. Tablo 4.31). Sosyal medya sitelerini çok sık ziyaret eden öğrencilerin sosyal medya tutumları daha yüksektir. Argın (2013) araştırmasında, sosyal medya ağlarını ayda birkaç kez kullanan öğrencilerin tutumları her gün ve haftada en az bir kez kullanan öğrencilerinkinden daha düşük olduğunu belirtmiştir. Saraç (2016) alışmasında

öğretmenlerle ilişki alt boyutunda sosyal medya sitelerini her gün birkaç kez kullanan öğrencilerin, sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

24. SMTÖ'nün paylaşım ihtiyacı alt boyutunda sosyal medyayı iki yıl ve iki yıldan daha fazla süredir kullanan öğrencilerin sosyal medya tutumları daha yüksek çıkmıştır (Bkz. Tablo 4.33). Arın (2013) tarafından yapılan çalışmada SPS'yi daha uzun süre kullanan öğrencilerin SPS'ye olan tutumlarının da arttığı görülmüştür. Atalay'ın (2014) çalışmasında ise öğrencilerden üç-dört yıl arası ve beş yıl ve üstü sosyal medyayı kullanan öğrencilerin bir yıldan az kullanan öğrencilere göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Saraç (2016) ise çalışmasında tam tersi bir sonuç bularak sosyal medyayı bir yıldan az süreyle kullanan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

25. SMTÖ'nün alt boyutlarıyla sosyal medyaya bağlanılan araç değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p>,05$). Öğrencilerin sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullandıkları masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar ve Akıllı telefon gibi araçların, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını etkilemediği söylenebilir. Bu çalışma bulgusu Arın (2013) de yaptığı çalışma ile paralellik göstermektedir. Saraç (2016) sosyal medya sitesine Akıllı telefondan bağlanan öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

26. SMTÖ'nün paylaşım ihtiyacı alt boyutlarında Facebook ve EBA kullananların lehine; sosyal yetkinlik ve sosyal izolasyon alt boyutlarında WhatsApp kullananlar lehine anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır (Bkz. Tablo 4.36). Yani Facebook, EBA ve WhatsApp kullanan öğrencilerin sosyal medya tutumları daha yüksektir. Yapılan çalışmalarda bu bulguyu destekleyen benzer sonuçlar elde etmiştir. (Arın, 2013; Atalay, 2016; Saraç, 2016) .

27. SMTÖ'nün paylaşım ihtiyacı alt boyutunda, Fen Bilimleri dersi lehine, öğretmenlerle ilişkiler alt boyutunda ise Matematik dersi lehine anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Bkz. Tablo 4.38). Kısacası sosyal medyayı Fen Bilimleri ve Matematik derslerinde kullanan öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları daha yüksektir. Araştırma yapılan grubun 8. sınıf olmasından ve TEOG sınavına hazırlandığı göz önünde bulundurulursa, öğrencilerin özellikle sınav için kaynaklara ulaşmada sosyal medyayı kullandıkları düşünülebilir. Bostancı (2010)'nın araştırmasına göre sosyal

medyayı kullanım amaçları göz önünde bulundurulduğunda ilk sırada 4,19 ortalama ile arkadaşlarıyla iletişim kurmak, ikinci sırada 4,04 ortalama ile bilgiye erişim sağlamak ve üçüncü sırada 3,87 ortalama ile akademik bilgi paylaşımı yapmak gelmektedir.

5.2. Öneriler

Araştırmanın bulgularına ve yorumlarına dayanarak, araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik öneriler iki başlık altında geliştirilmiştir:

Uygulamaya yönelik Öneriler

1. Araştırmaya katılan öğrencilerin Facebook ve EBA kullanım oranları yüksek çıkmıştır. Öğretmenlere bu siteler üzerinden dersleriyle ilgili gruplar kurabilir ve okul dışında da öğrencileri ile iletişimlerini devam ettirebilir.
2. Öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanım oranları ve sosyal medya tutumları yüksek bulunmuştur. Bu sonuç dikkate alındığında MEB, öğretmenlere sosyal medyanın derslerde nasıl verimli kullanılabileceği ile ilgili hizmet içi eğitimler verebilir.
3. Üniversitelerdeki öğretmen adayları sosyal medyanın eğitimde kullanılmasıyla ilgili konularda yetiştirilebilir.
4. Öğretmenler sınıflarında eğitim-öğretim yaparken, sosyal medyayı kullanmaları daha aktif bir öğrenme ortamı oluşturmalarına yardımcı olacaktır.
5. Araştırmaya katılan öğrencilerin WhatsApp, Facebook ve EBA kullananların sosyal medyayı eğitsel kullanımının ve sosyal medya tutumlarının daha yüksek çıktığı görülmüştür. Milli Eğitim Bakanlığı, sosyal medya sitelerini yararlı bir eğitim öğretim aracı olarak programlara dâhil edilmesi yönünde çalışmalar yapabilir.
6. Okul yönetimi sosyal medya araçlarını kullanarak veli-öğretmen-öğrenci arasındaki ilişkiyi güçlendirebilir.
7. EBA sitesinin içeriğinin daha sık güncellenerek ve öğretmenlerinde içeriği geliştirebileceği uygulamalara daha çok yer verilebilir.

8. Öğrencilerin sosyal medyayı Fen Bilimleri ve Matematik derslerinde kullandıkları görülmüştür. Sosyal medyanın akademik başarıyı artırabileceği düşünülerek diğer derslerde de etkili ve kontrollü bir şekilde kullanımını sağlanabilir.
9. Öğrencilere de sosyal medyayı derslerinde daha verimli nasıl kullanmaları gerektiği ile ilgili seminerler verilerek, sosyal medyanın zararlarına maruz kalması engellenebilir.
10. Öğretmenler sosyal medyada kullanılacak materyal tasarlayarak öğrencileriyle ve diğer meslektaşlarıyla paylaşabilir.

Gelecek çalışmalara yönelik öneriler

1. Bu araştırma ortaokulda 8. sınıfta öğrenim gören (n=290) öğrenci ile yapılmıştır. Benzer çalışmalar daha büyük evren grubu ile farklı okul ve sınıf düzeylerinde yapılabilir.
2. Bu araştırma sadece Denizli ilinin Kale ilçesini kapsamaktadır, benzer bir çalışma diğer ilçelerde de yapılabilir.
3. Öğrencilerin olduğu kadar ebeveynlerin ve öğretmenlerin de sosyal medyaya ilişkin tutumları ve eğitimde kullanılmasına ilişkin durumları önemlidir. Bu nedenle ebeveynlerin ve öğretmenlerin de sosyal medyaya ilişkin tutumlarını, eğitimde kullanma durumlarını ölçmek amacıyla çalışmalar yapılabilir.
4. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin sosyal medyayı kullanma düzeyleri yüksek görülmüştür. Bu nedenle yapılacak olan yüksek lisans veya doktora tezlerinin bu konu üzerine yapılacak olması; MEB'in, öğretmenlerin, üniversitelerin ve ebeveynlerin bu konudaki farkındalığını etkileyebilir.
5. Araştırmaya katılan öğrencilerin anne-babalarının eğitim seviyesi düşük olan öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanım oranları yüksek çıkmıştı. Farklı araştırmalar eğitim düzeyi yüksek ailelerin çocukları üzerinde de gerçekleştirilerek sonuçlar yorumlanabilir.

6. Araştırmaya katılan öğrencilerin ailelerinin gelir düzeyi düşük olanların, sosyal medyayı eğitsel kullanımları yüksek çıkmıştır. Araştırma farklı sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerin çocukları için de gerçekleştirilebilir.
7. Öğrencilerin sosyal medya tutumlarının ve sosyal medyayı eğitsel kullanma düzeyleri uzun süre sosyal medyaya üye olanlar, her gün bir den fazla bu siteleri ziyaret edenler lehine yüksek çıkması bulgusuna dayanarak, sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmalar yapılabilir.
8. Sosyal medya tutumunu ve sosyal medyanın eğitsel kullanımını etkileyebilecek farklı değişkenlerle de çalışmalar yapılabilir.
9. Sosyal medyanın eğitim-öğretim üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini ortaya çıkaracak öğrenci-öğretmen-yönetici-aile katılımlı nitel çalışmalar yapılması faydalı olacaktır. Ek olarak öğrencilerle görüşmeler yapılarak daha derinlemesine bilgiler elde edilebilir.

KAYNAKLAR

- Aghaei, Sareh, Nematbakhs, Mohammad Ali, Farsani H. K. (2012). Evolution Of The World Wide Web: From Web 1.0 To Web 4.0. *International Journal Of Web & Semantic Technology (Ijwest)*, **3(1)**: 1-10.
- Ajjan, H. and Hartshorne, R. (2008). 'Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests' *Internet and Higher Education*, 11, s.71-80.
- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması: sosyal web de pazarlama stratejileri*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Akbulut, A. B. ve Yılmazel, G. (2012). Ergen yaş grubunda internet bağımlılığı düzeyinin belirlenmesi. *15. Ulusal Halk Sağlığı Kongresi (716)*.
http://halksagligiokulu.org/anasayfa/components/com_booklibrary/ebooks/15.UHSK%20K%C4%B0TAP_14_10_12.pdf. Erişim: 01.06.2017.
- Akgündüz, D. (2013). *Fen eğitiminde harmanlanmış öğrenme ve sosyal medya destekli öğrenmenin öğrencilerin başarı, motivasyon, tutum ve kendi kendine öğrenme becerilerine etkisi*. (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akpınar E., Aktamış H. ve Ergin, Ö. (2005). Fen bilgisi dersinde eğitim teknolojilerinin kullanılmasına ilişkin öğrenci görüşleri. *The Turkish Online Journal of Education (TOJET)*, 4(1), 93-100.
- Akyol, C. (2012). Sosyal ağlar. Alper A. (Ed.), Aydın, F., Debbağ, G., Karademir, T. ve Kemeriz, Z., Öztürk, S., Ünal, E., *Facebook (3-55)*. Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Alican, C. ve Saban, A. (2013). Ortaokul ve lise de öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp Örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:35, No:2, s:1-14.
- Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi: Çekmeköy Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi), Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi*. (Doktora Tezi), Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Batman, M. (2014). *Erzurum ili örneğinde ilkokul öğrencilerinin sosyal medya farkındalığı üzerine bir inceleme*. (Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzurum.
- Baş, M. ve Keskin, S. (2015). 'Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi', *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (3): 54.
- Bayram, A. T. (2012). *Pazarlama veri tabanının güncel bir unsuru olan sosyal medyanın otel pazarlamasındaki yeri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bedir, A. (2016). *Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Erzurum.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal Of Computer- Mediated Communication*, 13 (1), 210-230.
- Büyüksener, E. (2009). Türkiye'de sosyal ağların yeri ve sosyal medyaya bakış. *14. Türkiye'de İnternet Konferansı (39-45)*. http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/_inet09.pdf#page=53. Erişim: 01.06.2016.
- Ceylan, E., & Berberoğlu, G. (2007). Öğrencilerin Fen Başarılarını Açıklayan Etmenler: Bir Modelleme Çalışması. *Education and Science*, 32, 36-48.
- Çelik, S. (2012). İlköğretim öğrencilerinin internet kullanım biçimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, Cilt 3, Sayı 4, 1-20.

- Çömek, A. & Bayram, H. (2006). Fen Bilgisi Öğretiminde İsy Konusunun Bilgisayar Destekli Öğretim Materyalleri İle Öğretilmesi. VI. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi, (s.192-197), İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Demirel, F., (2013). Twitter'in İnternet kullanıcıları arasında en yaygın olduğu ülke Türkiye.http://webrazzi.com. twitterin-internet-kullanicilari-arasindaenyaygin-oldugu-ulke-turkiye/, Erişim Tarihi: 19.09.2017.
- Deniz, A. (2012). *Sosyal ağ kullanımı ve sosyal ağlarda benlik algısı: Muğla ili örneği.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Dikme, G. (2013). *Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi örneği.* (Yüksek Lisans Tezi), Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dinçer, S., Şenkal, O. ve Sezgin, M. E. (2012). Fatih projesi kapsamında öğretmen, öğrenci ve veli koordinasyonu ve bilgisayar okuryazarlık düzeyleri. Akademik Bilişim 2013 Konferansı, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S. Uluşu, Y. ve Kılıç, B. (2010). Facebook'tayız, Beta yayınları, İstanbul.
- Eren, Ş.E. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 29(4). 230- 243.
- Ergenç, A. (2011). *Web 2.0 ve sanal sosyalleşme: Facebook örneği.* (Yüksek lisans tezi), Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erkul, R. E. (2009). Sosyal medya araçlarının (Web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği*, 116, 96-101.
- Ferdig, R. (2007). Examining Social Software in Teacher Education. *Journal of Technology and Teacher Education*, (15), 5-10.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H.H. (2012). How to design and evaluate reserach in education (8th ed.). Mc Graw Hill: New York.
- Gencer, H.(2017) *'Ortaokul Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Siber Zorbalık Davranışları ile İlişkili Değişkenlerin İncelenmesi'*. (Yüksek Lisans Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Grossecck G. and Holotescu C. (2008). "Can we use Twitter for educational activities?" The 4th international Scientific Conference eLearning and Software For Education, Bucharest, April, s.17-18.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., Mardan, O. (2010). Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. 15. Türkiye İnternet Konferansı, İstanbul, 2010).
- Gürültü,E. , (2016) *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Gündoğdu, D. (2006). *İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanım Düzeyleri ve Amaçları: Elazığ ili örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı–bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.
- Hricko, M. (2010). Using microblogging tools for library services. *Journal of Library Administration*, 50(5-6), 684–692.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). Türkiye ve Sosyal Medya. Duplicate Matbaa Çözümleri San. Ve Dış Tic. Ltd. Şti., İstanbul.

- İlhan A.Ü.(2016) *Ortaöğretim Öğrencilerinin Siber Zorbalık ve İnternet Saldırganlık Düzeyleri İle Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*.(Yüksel Lisans Tezi), Yeditepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İnan, T.(2014), Medya Okuryazarlığı: Ortaokul Öğrencilerinin Ebeveynlerinin Televizyon ve İnternete İlişkin Tutum ve Davranışlarının İncelenmesi. *Journal of International Social Research* . 2014, Vol. 7 Issue 35, p813-830. 18p.
- İnceoğlu, M., (2010). *Tutum Algı İletişim*. 5. Baskı. İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınevi.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1988). *İnsan ve insanlar* (Gözden geçirilmiş 8. Baskı). İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Kahraman, Ö. (2007). *İlköğretim 7.sınıf fen bilgisi dersi fizik konularının öğretilmesinde bilgisayar destekli öğretimin öğrenci tutum ve başarısına etkisi*.(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Kahraman, M. (2012). Türkiye Twitter istatistikleri. <http://smgconnected.com/turkiye-twitter-istatistikleri-Şekil> (Erişim tarihi: 15.06.2012).
- Kahyaoğlu, M. ve Çelik, H.C. (2011). Ortaöğretim ve yükseköğretim öğrencilerinin internet kullanımına yönelik tutumlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi *5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September*, Fırat University, Elazığ.
- Kaplan, M. A., Michael H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons* 53(1): 59–68.
- Karaduman, M. ve Kurt, H. (2010, Aralık). *İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeyleri*. XV. Türkiye’de İnternet Konferansında sunulan bildiri. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Karal, H. ve Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, Vol:1, No:3,s:251-263.
- Karasar, N. (2010) *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 13. Baskı. Nobel Basımevi. Ankara.
- Karaman, S., Yıldırım, S., Kaban, A. (2008). *Öğrenme 2.0 yaygınlaşıyor: Web 2.0 uygulamalarının eğitimde kullanımına ilişkin araştırmalar ve sonuçları*. XIII. Türkiye’de İnternet Konferansında sunulan bildiri (s. 35-40). <http://www.icqh.net/proceedings/icqh2013.pdf> adresinden 10 Temmuz tarihinde edinilmiştir.
- Karamustafaoğlu, O., Çakır, R. ve Topuz, F. (2012). Fen öğretiminde öğretmenlerin derslerinde materyal ve teknoloji kullanımına yönelik tutumlarının incelenmesi. N. H. Polat (Ed.), X. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi (609-610) içinde. Niğde: PEGEM Akademi.
- Kazancı, A., & Dönmez, F. İ. (2013). *Eğitimde Sosyal Medya ve Mobil Uygulamalar*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kenanoğlu, R. (2016). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerinin Eğitimde Kullanılmasına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi*, (Doktora Tezi), Dicle Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Khedo, K. K., Elaheebocus, S. M. R. A., Suntoo, R. ve Mocktoolah, A. (2012). Case Studies on the Use of Online Social Networking in Formal Education. *International Journal of Computer Applications*, vol. 45, No.8, p:21-26.
- Kılıç,Ö.,(2016) *Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi* . (Yüksek Lisans Tezi) , Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Koçak, N.G. (2012). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Korkut,K.,(2016) ‘*Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Yoluyla Geliştirdiği Tutumlar*’ (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.

- Köksal Yüksel(2012), *Bir Tutundurma Aracı Olarak Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkileri*, (Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Koroğlu, İ.Ş. (2014) *Üstün Yetenekli Çocukların Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları*.(Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Magogwe, J. ve Ntereke, B. (2013). Using Facebook to Teach Communication and Academic Literacy Skills: Perceptions of University Students in Botswana. *InternationConference on e-Learning. United Kingdom*, p:248-254.
- Mart Akın, Ö., Özerbaş, M. Ö. (2017) . İngilizce Öğretmen Adaylarının Web 2.0 Kullanımına ilişkin Görüş ve Kullanım Düzeyleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 18, Sayı 3,1152-1167.
- Mayfield, A. (2008). “What is Social Media, An e-book by Antony Mayfield from iCrossing” http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files/uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media%20iCrossing_ebook.pdf Erişim Tarihi 08.07.2017
- Mazman, S. G. (2009). *Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı*. Yayımlanmamış (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2013). İlköğretim Fen Bilimleri Dersi Öğretim Programı, Ankara
- Otrar M. ve Argın, S.F. (2014). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3, 3(1). 1-13.
- Ögel, K. (2012). İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Ökte, A. (2014). *Öğrencilerin zorbalık eğilimleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Sancaktepe örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi), Yeditepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özbay, A. (2013). *Ergenlerde Siber Zorbalık, Siber Mağduriyet, Aleksitimi ve Öfke İfade Etme Biçimleri Arasındaki İlişki*. (Yüksek Lisans Tezi), Fatih Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür M., Baysal, N. (2011). ‘Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği’ 6th International Advanced Technologies Symposium, 16-18 Mayıs, Elazığ, s.42-47.
- Perlmutter, D.D. (2008). *Blogwars*. New York: Oxford University Press.
- Pettenati, M., & Ranieri, M. (2006). *Informal learning theories and tools to support knowledge management in distributed CoPs*.
- Poynter, R. (2010). *The Handbook of Online and Social Media Research*. İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları El Kitabı (Çev: Şensoy, Ü.). Optimist Yayınları, İstanbul.
- Saraç, N. (2014). *8. Sınıf Öğrencilerinin Benlik Saygıları İle Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları Arasındaki İlişki (Beykoz İlçesi Örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi), Yeditepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Sarıçam, F. (2015).*Öğrencilerin Okul Dışı Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Öğrencilerin Ders Başarılarına Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü , Afyon.
- Sarvamangala ve Sharmista (2016) Effects of Social Media International Jornal of Scientific Research And Edcation. ISSN:2321-7545 June 2016.
- Satıl, E. (2011). *Yeni medya ve sosyalleşme*. (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin facebook kullanım alışkanlıkları*. (Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Şad, S. N., Gürbüzürk, O. (2013). “İlköğretim Birinci Kademe Öğrenci Velilerinin Çocuklarının Eğitimine Katılım Düzeyleri”. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13(2), 993-1011.

- Tavşancıl, E., 2010. Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri Analizi (4. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tektaş, N., (2014). “Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma”, Tarih Okulu Dergisi, 7, (17), s. 851-870.
- Thelwall, M. (2007), Blog searching: the first general-purpose source of retrospective public opinion in the social sciences?, Online Information Review, Vol. 31 No. 3.
- Toprak, A., Yıldırım A., Aygül E., Binark M., Börekçi S., Çomu T.; (2009), Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım”, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Tuğlu, B. (2017). ‘Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Tutumları’ .(Yüksek Lisans Tezi), .Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü ,Sakarya.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2013). Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> .
- Türkoğlu, T. (2013). *Dijital kültür*. Beyaz Yayınları. İstanbul.
- Ucun, K. (2012). *Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal ağlardan Facebook’u genel ve mesleki eğitimde kullanım amaçları*. (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Uluyol, Ç., ve Eryılmaz, S. (2015). 21. Yüzyıl Becerileri Işığında FATİGH Projesi Değerlendirmesi. Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 35(2).
- Uysal, S. (2013). *Meslek Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Eğitsel Sosyal Medya Kullanımlarının Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi) , Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Üçer, N. (2016). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), Bahar 2016, S.1-26.
- Vidal, C.E., Martinez, J.G., Furtuno M.L., Cervera, M.G. (2011). “University Students” Attitudes Towards and Expectations of the Educational Use of Social networks” *Ruse Vol:8(1)*, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, vol:20, no:5, p:3348-3382.
- Wingate, P. (2001). İnternet (Çev. Selma Ekiz). Ankara: Tübitak Yayınları.
- Yüksel, M, & Olpak, Y. Z.(2014) . Facebook’un Eğitimde Kullanılması: Muhasebe Eğitiminde Bir Uygulama.Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), Cilt 15, Sayı:1, 171-186
- Zorbaz, O. (2013). *Lise öğrencilerinin problemleri internet kullanımının sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- WEB 1, (<http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/>). Erişim tarihi 01/09/2017
- WEB2 , <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/>Erişim tarihi 21/09/2017
- WEB3, <https://www.sabah.com.tr/teknoloji/haber/2012/03/16/iste-turkiyenin-twitter-istatistikleri>Erişim tarihi 01/09/2017

EKLER



Ek-2 Sosyal Medya Eğitsel Kullanım Ölçeği	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
1.Sosyal medya, sınıf arkadaşları arasında iletişim kurulmasını sağlar					
2.Sosyal medya, öğretmen-öğrenci arasında iletişim kurulmasına katkı sağlar					
3.Sosyal medya, fen dersleriyle ilgili konuları arkadaşlarla tartışmayı sağlar					
4.Sosyal medya, fen dersi materyali ve kaynaklarının iletilmesine yardımcı olur					
5. Sosyal medya, okul, sınıf yada derslerle ilgili duyuruların yapılmasında yardımcı olur					
6. Sosyal medya, ödevlerin ya da ders ile ilgili görevlerin verilmesine yardımcı olur					
7.Sosyal medyayı, arkadaşlarımla ortak ödev/proje yapmak için kullanırım					
8.Sosyal medya, derslerle yada diğer eğitsel çalışmalarla ilgili bilgi paylaşımında bulunulmasına katkı sağlar					
9.Sosyal medya, grup çalışmalarının yürütülmesinde etkilidir.					
10.Sosyal medya, kaynakların ve materyallerin erişimine imkan verir					
11.Sosyal medya, öğretim esnasında zengin ortamların oluşturulmasını (video, animasyon, ses, vs....) sağlar					
12.Sosyal medyayı, derslerimle ilgili çalışmalara destek amaçlı kullanırım					

Aşağıdaki ifadelerin her birini dikkatlice okuduktan sonra, ifadeye ne ölçüde katıldığınızı gösteren sütuna ait olan ifadenin hizasında bulunan kutucuğun içini X şeklinde işaretleyin.		Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Ek-3 Sosyal Medya Tutum Ölçeği						
1	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.					
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
3	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.					
4	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.					
5	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.					
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
7	Sosyal medya sitelerinin beni ailemden kopardığını düşünüyorum.					
8	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum.					
9	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.					
10	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
11	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.					
12	Paylaşımlarımla arkadaşlarımla beğenilmesinden hoşlanıyorum					
13	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünüyorum					
14	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.					
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
16	Özel ilgi duyduğum arkadaşlarıma sosyal medya siteleri aracılığıyla duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum.					
17	Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.					

18	Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm.					
19	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hisset sağlıyor.					
20	Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum.					
21	Arkadaşlarımın paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.					
22	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.					
23	Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum.					



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı	Sefa
Soyadı	Demirtaş
Doğum yeri ve tarihi	Denizli 25.09.1988
Uyruğu	T.C
İletişim adresi ve e-mail adresi	Cevherpaşa Mah. Beyoğlu Cad. No:18/A Kat:1 Kale/DENİZLİ sefadinc11@gmail.com
Eğitim Bilgileri	
İlköğretim	Gümüşsu İlk ve Ortaokulu
Ortaöğretim	Gümüşsu Lisesi
Yükseköğretim (Lisans)	Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Fen Bilgisi Öğretmenliği, Denizli.
Yükseköğretim (Yüksek Lisans)	
Mesleki Deneyim	
2012 Eylül'den beri	MEB'de Fen Bilimleri Öğretmeni