

**ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**FEN BİLGİSİ ÖĞRETMEN ADAYLARININ, BİR ÖĞRENME  
ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYAYI KULLANMALARINA  
YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİ**

**Selcan ŞURGUN**

**İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI  
FEN BİLGİSİ EĞİTİMİ**

**Tez Danışmanı**

**Doç. Dr. Güldem DÖNEL AKGÜL**

**ERZİNCAN  
2016**

**Her Hakkı Saklıdır**

Doç. Dr. Güldem DÖNEL AKGÜL danışmanlığında, Selcan ŞURGUN tarafından hazırlanan bu çalışma 22/01/2016 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından İlköğretim Bölümü Fen Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

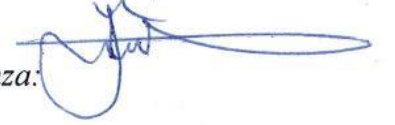
Başkan : Doç. Dr. Çetin DOĞAR

İmza:



Üye : Doç. Dr. Güldem DÖNEL AKGÜL

İmza:



Üye : Yrd. Doç. Dr. Esra GEÇİKLİ

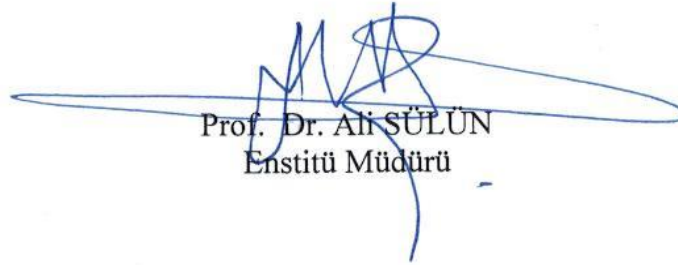
İmza:



Yukarıdaki sonucu onaylarım.

22.01.2016

Prof. Dr. Ali SÜLÜN  
Enstitü Müdürü



**ÖZET**

Yüksek Lisans Tezi

**FEN BİLGİSİ ÖĞRETMEN ADAYLARININ, BİR ÖĞRENME ORTAMI OLARAK  
SOSYAL MEDYAYI KULLANMALARINA YÖNELİK TUTUMLARININ  
İNCELENMESİ**

Selcan ŞURGUN

Erzincan Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Fen Bilgisi Eğitimi Bilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Güldem DÖNEL AKGÜL

Bu çalışmada Fen Bilgisi öğretmen adaylarının öğrenme ortamı olarak sosyal medyayı kullanmalarına yönelik tutumlarını ölçmek amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklemini Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Bayburt Üniversitesi ve Erzincan Üniversitesi Fen Bilgisi Öğretmenliği bölümünde okuyan 517 öğrenci oluşturmaktadır.

Bu doğrultuda literatür taraması yapılarak ve uzman görüşlerine başvurarak 30 madde hazırlanmış, geçerliliği yüksek olan 18 madde uygulamaya konulmuştur. Ölçeğinin güvenilirliği ile ilgili olarak Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı ise 0,871 olarak bulunmuştur. Verilerin analizinde t-testi, One-Way ANOVA, Pearson Korelasyon analizi, MannWhitney U kullanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre öğrenciler arasında cinsiyet, değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunurken; yaş, sınıf seviyesi, öğrenim gördüğü üniversite, akademik ortalama, sosyal medyada kalınan süre değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**2016 yıl, 62 sayfa****Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Eğitim, Fen Eğitimi, Öğrenme Ortamı.

## **ABSTRACT**

Master's Thesis

### **THE INVESTIGATION OF THE ATTITUDES OF ELEMENTARY SCIENCE PRE-SERVICE TEACHERS TOWARD USING SOCIAL MEDIA AS A LEARNING ENVIRONMENT**

Selcan ŞURGUN

Erzincan University  
Graduate School of Natural and Applied Sciences  
Department of Elementary Science Education

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Güldem DÖNEL AKGÜL

This study aims at investigating the attitudes of elementary science pre-service teachers toward using social media as a learning environment. The sample consists of 517 undergraduate students studying at the department of Elementary Science Education at Ağrı İbrahim Çeçen University, Atatürk University, Bayburt University and Erzincan University.

To serve for the purpose of the study, 30 items were prepared relying on expert consultancy and literature review, and among them 18 items of the highest validity rates were selected to use in the study. As for the reliability of the sample, the cronbach's alpha reliability coefficient was identified as 0,871. In the analysis of the data, T- Test, One-Way Anova, Pearson's Correlation Analysis, and Mann-Whitney U test were used.

According to the findings obtained from the study, a significant difference was found in terms of gender variable among the pre-service teachers whereas there were not any significant differences among the participants in terms of age, year of study at university, the university enrollment, grade point average and time spent on social media.

**Year 2016, 62 pages**

**Keywords:** Social Media, Education, Elementary Science Education, Learning Environment

**TEŞEKKÜR**

Bu çalışmanın gerçekleşmesi süresince her türlü katkı ve desteği sağlayan, yapıcı eleştirileri ile beni sürekli motive eden, emeğini hiçbir zaman esirgmeden bu çalışmanın ortaya çıkmasını sağlayan değerli danışman hocam Sayın Doç. Dr. Güldem DÖNEL AKGÜL'e, ölçek geliştirme süreci başta olmak üzere, tüm çalışma süresince fikirleriyle destek veren, bana her anlamda yardımcı olan Sayın Doç. Dr. Çetin DOĞAR'a çok teşekkür ederim. Ayrıca araştırma yürütülürken ölçeğin uygulanmasında kolaylık sağlayan Sayın Prof. Dr. Mehmet YALÇIN, Sayın Yrd. Doç. Dr. Figen ÇAM TOSUN, Sayın Yrd. Doç. Dr. Demet TATAR ve Sayın Arş. Gör. Serhan YALÇIN hocalarıma teşekkür ederim.

Hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini yanımda hissettiğim aileme ve çalışmalarımda bana yardımcı olmaya çalışan arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

Selcan ŞURGUN

(Ocak,2016)

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	x
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>2. KURAMSAL TEMELLER.....</b>	<b>13</b>
2.1. Sosyal Medya.....	17
2.2. Sosyal Medya Araçları.....	17
2.2. 1. Bloglar .....	18
2.2. 2. Mikrobloglar.....	18
2.2.2.1. Twitter .....	19
2.2.2.2. Tumblr .....	20
2.2. 3. Wikiler.....	20
2.2.3.1. Vikipedi.....	21
2.2.4. Medya paylaşım.....	22
2.2.4.1. Fotoğraf paylaşım .....	22
2.2.4.1.1 Flickr .....	22
2.2.4.1.2. İnstagram .....	22
2.2.4.2. Video paylaşım .....	23
2.2.4.2.1. Youtube .....	23
2.2.4.2.2. Dailymotian.....	23
2.2.5. Sosyal Ağlar .....	23
2.2. 5.1. Facebook .....	25
2.2. 5.2. Friendfeed .....	27
2.2. 5.3. Myspace .....	28
2.2. 5.4. Linkedn .....	28
<b>3. MATERYAL VE YÖNTEM.....</b>	<b>29</b>

3.1. Araştırma Yöntemi.....	29
3.2. Araştırma Grubu.....	29
3.3. Veri Toplama Araçları .....	32
3.3.1. Madde havuz aşaması.....	32
3.3.2. Uzman görüş aşaması .....	33
3.3.3. Ön deneme aşaması .....	33
3.3.4. Faktör analiz aşaması .....	34
3.3.5. Güvenirlik hesaplama aşaması .....	35
3.4. Verilerin Toplanması. ....	36
3.5. Verilerin Analizi.....	36
<b>4. ARAŞTIRMA BULGULARI.....</b>	<b>36</b>
4.1. Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Tutumları .....	37
4.2. Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Tutumları .....	38
4.3. Öğrenim Gördüğü Üniversite Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Tutumları .....	39
4.4. Sınıf Seviyesi Yönüyle Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Tutumlar .....	40
4.5. Öğrencilerin Ağırlıklı Genel Not Ortalamaları (Ağno) İle Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Tutumları.....	41
4.6. Öğrencilerin İnternette Geçirdikleri Süre İle Sosyal Medyada Kaldığı Süreyi Göz Önünde Bulundurarak, Sosyal Medyayı Kullanmalarına İlişkin Tutumlar .....	42
4.7. Öğrencilerin Sınıf Seviyeleri Göz Önünde Bulundurarak Sosyal Medyada Kaldıkları Süre İle Sosyal Medya Tutumları Arasında Öğrenmelerine Yönelik Tutumları.....	44
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>45</b>
5.1. Sonuçlar .....	45
5.1.1. Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sonuçlar.....	46

5.1.2. Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sonuçlar.....	46
5.1.3. Öğrenim Gördüğü Üniversite Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sonuçları .....	47
5.1.4. Sınıf Seviyesi Yönüyle Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Sonuçları .....	47
5.1.5. Öğrencilerin Ağırlıklı Genel Not Ortalamaları (Agn) İle Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Sonuçları .....	48
5.1.6. Öğrencilerin İnternette Geçirdikleri Süre İle Sosyal Medyada Kaldığı Süreyi Göz Önünde Bulundurarak, Sosyal Medyayı Kullanmalarına İlişkin Sonuçları .....	48
5.1.7. Öğrencilerin Sınıf Seviyeleri Göz Önünde Bulundurarak Sosyal Medyada Kaldıkları Süre İle Sosyal Medya Tutumları Arasında Öğrenmelerine Yönelik Sonuçları.....	49
5.2. Öneriler .....	50
<b>6. KAYNAKLAR .....</b>	<b>52</b>
<b>7. EKLER.....</b>	<b>60</b>
EK 1.Sosyal Medya Tutum Ölçeği .....	60
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>63</b>



**SİMGELER VE KISALTMALAR****Simgeler**

$\bar{X}$	Ortalama
%	Yüzde
$\alpha$	Güvenirlilik Katsayısı
N	Frekans
Ss	Standart Sapma
Sd	Serbestlik Derecesi
t	t-değeri

**Kısaltmalar**

UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
ITEA	Uluslararası Teknoloji Eğitim Kurulu
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
ÖT	Ön Test
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
YÖK	Yüksek Öğretim Kurumu
AGNO	Ağırlıklı Genel Not Ortalamaları

## TABLOLAR LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
Tablo 3.1. Eğitim Fakültesi bazında örneklem içerisinde yer alan üniversitelerdeki lisans öğrencilerinin sayıları ve yüzdelik oranları .....	30
Tablo 3.2. Örneklemdaki öğrencilerin cinsiyete göre dağılımları .....	30
Tablo 3.3. Örneklemdaki öğrencilerin yaşlarına göre dağılımı .....	30
Tablo 3.4. Örneklemdaki öğrencilerin öğrenim gördüğü sınıfa göre dağılımı .....	31
Tablo 3.5. Örneklemdaki öğrencilerin ağırlıklı genel not ortalamalarına göre dağılımı ....	31
Tablo 3.6. Örneklemdaki öğrencilerin internette geçirdikleri süreye göre dağılımı.....	31
Tablo 3.7. Örneklemdaki öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süreye göre dağılımı .....	32
Tablo 3.8. Ölçeğin Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm ve Barlett's Test Sonuçları .....	34
Tablo 3.9. Ölçek Maddelerinin Asal Eksenlere Göre Döndürülmüş Temel Bileşenler Analizi Sonucundaki Faktör Yük Değerleri.....	35
Tablo 4.1. Sosyal medya tutumunun cinsiyete göre Mann-Whitney U-testi sonucu.....	37
Tablo 4.2. Yaş değişkenine bağlı olarak öğrencileri sosyal medya kavramına karşı tutumlarına ilişkin korelasyon analizi sonuçları .....	38
Tablo 4.3. Öğrenim gördüğü üniversite değişkenine bağlı olarak öğrencilerin sosyal medya kavramına göre ANOVA sonuçları .....	39
Tablo 4.4. Öğrencilerin sınıf seviyesine göre sosyal medya tutumlarının betimsel istatistiği .....	40
Tablo 4.5. Sınıf değişkenine göre ANOVA sonuçları .....	40
Tablo 4.6. Öğrencilerin AGNO'ları ile sosyal medya tutum puanlarına ilişkin istatistik sonuçları .....	41

Tablo 4.7. Öğrencilerin akademik ortalamaları ile sosyal medya tutum puanlarını amacıyla Pearson Korelasyon testi .....	42
Tablo 4.8. Öğrencilerin internette geçirdikleri süre ile sosyal medyada kaldıkları süreye göre tutum puanları .....	43
Tablo 4.9. Öğrencilerin sınıf seviyelerine göre sosyal medyada kaldıkları süre ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi gösteren ANOVA sonuçları. ....	44



## ŞEKİLLER LİSTESİ

### Sayfa

Şekil 1. Sosyal ağların şematik gösterimi ..... 13



## 1. GİRİŞ

Çağımız bilgi ve teknoloji çağıdır. Dünya'ya bakıldığı zaman birçok değişim ve gelişimler görülmektedir. Bu değişim ve gelişimlerin en başında, bilgi toplumlarının ortaya çıkışı ile birlikte hiç şüphesiz teknoloji gelmektedir (Hançer, Şensoy ve Yıldırım 2003).

UNESCO'nun önerisine göre, eğer insanlar, yaşadıkları topluma belli bir dereceye kadar yabancılaşmak istemiyor ve değişim yüzünden şaşkına dönüp, moral çöküntüsüne girmekten kaçınıyorlarsa, bilim ve teknoloji okur-yazarlığı tüm dünyada kabul edilen bir gereklilik olmalıdır (UNESCO, 2012). Son zamanlarda "21. Yüzyıl İçin Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Amerikan Ulusal Komisyonu" Amerikalıları, tüm çocuklar için bilim okur-yazarlığını geliştirmek ve desteklemek konusunda uyarıp, örgütlemiştir (Bozyılmaz, 2005). Bilimsel okur-yazarlığı kazanmış toplumlar, yapılacak yenileştirme çalışmalarına önderlik ederek, gelişmelere daha çabuk ayak uydurabileceklerdir (YÖK, 1997).

Teknoloji; bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç ve gereçleri kapsayan bilgidir (TDK, 2003). Teknoloji, günümüzde veri paylaşımının en etkin bir biçimde kullanılarak keşiflere yön vermesinin etkin bir parçası olarak da tanımlanabilmektedir. Teknolojinin hızla gelişmesi eğitim sisteminin de değişmesine sebep olmuştur. Öğrenme ortamlarına dâhil edilerek, eğitimin vazgeçilmez bir unsuru olmuştur.

Teknoloji eğitim programlarında yer almaya başladıkça teknoloji okuryazarlığı kavramı ön plana çıkmaktadır. Teknoloji okuryazarlığı; bireylerin, teknoloji ile kendileri ve toplum arasındaki ilişkinin anlaşılmasında gerekli olan entelektüel süreç, yeterlilik ve düzenin tümü olarak tanımlanabilir. Bireye verilecek teknoloji eğitimiyle bireyin "teknoloji okuryazarı" olması sağlanabilir. Uluslararası Teknoloji

Eğitim Kurulu (ITEA) tarafından yayınlanan ‘‘Teknoloji okuryazarlığı için Standartlar: Teknolojik alışmalar için İçerik’’ ve ‘‘Tüm Amerikalılar için Teknoloji Projesi’’ isimli çalışmalarda teknoloji okuryazarı bir bireyin bilmesi ve yapması gerekenler belirlenmiştir (ITEA, 2000).

Teknolojinin etki ettiği alanlardan bir tanesi de fen bilimleridir. Teknoloji fen bilimlerinin ortaya çıkardığı bilgilerden faydalanarak yeni ürünler geliştirebilir. Teknolojinin geliştirdiği araçlarla fen bilimlerinde yeni bilgilerin açığa çıkarılmasına katkı sağlayabilir. (Çepni, 2009)

Fen bilgisi, öğrenciye, teknoloji ile ilgili olumlu davranışlar kazandıran bir bilimdir. Fen bilgisi eğitiminin temel amaçlarından birisi, her an hızla değişen ve gelişen fen çağına ayak uydurabilecek ve en son teknolojik buluşlardan her alanda yararlanabilecek bireyler yetiştirmektir. Ayrıca bilimsel bilginin teknolojik tüm buluşlara ve gelişmelere etki ettiğini öğretmektir (Hançer, şensoy ve Yıldırım 2003).

Bilimsel bilginin katlanarak arttığı, teknolojik yeniliklerin büyük bir hızla ilerlediği, fen ve teknolojinin etkilerinin yaşamımızın her alanında belirgin bir şekilde görüldüğü günümüzde, toplumların geleceği açısından, fen ve teknoloji eğitimi anahtar bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere bütün toplumlar sürekli olarak fen ve teknoloji eğitiminin kalitesini artırma çabası içindedirler (MEB, 2006).

Bireylerin fen ve teknoloji eğitimine karşı tutumlarının geliştirilmesinde, okul eğitiminin yanı sıra okul dışı ortamlarda da önemli bir yer tutmaktadır. Okul dışı alanlar giderek etkinliğini arttırmakta bireylerin uzaktan da eğitim sistemlerin içine girmeleri sağlanmaktadır. Okul dışı alanlarda eğitimin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasında önemli unsurlardan bir tanesi internettir. Günümüz insanın

daha kolay erişebildiği internet hizmetleri eğitim açısından yeni bir alandır. Bu alanın geliştirilmesiyle ilgili yapılan çalışmalar önemini giderek arttırmaktadır.

İnternetin önemli bir uygulama alanı olan sosyal medya, bireyleri internet üzerinde toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlayarak yine insanlara internet iletişim metotları ile iletişime geçmek için ve aynı zamanda normal sosyal yaşamda yapılan çeşitli jestleri simgeleyen sembolik hareketleri göstererek insanların yarattığı sanal ortamdaki sosyal iletişim kurmaya yarayan ağlardır (Bacanak, 2012). Dünyada ve ülkemizde kullanılan en yaygın sosyal ağlar; facebook, twitter, youtube, linkedin, tumblr, foursquare ve flicker gibidir. Bu sosyal yazılımlar insanların iletişim kurma becerilerini, bilgi paylaşımını değiştirmektedir. Sosyal yazılımlarda metin, ses ve görsel içerik gibi çoklu ortam ürünlerinin paylaşılması ve bu çoklu ortamların uygulamalarında wiki, blog ve sosyal ağlar yer almaktadır (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010).

Sosyal ağlar öğrenme ve öğretim deneyimlerini zenginleştirmekte oldukça etkilidir. Aynı zamanda iletişim becerilerini geliştirir, sosyal bağlılığı genişletir, akran desteğini güçlendirir ve işbirliğine dayalı öğrenmenin gerçekleşmesini sağlar (Hamat, Embi ve Hassan, 2012). Sosyal medya üzerinden bilimsel tartışmaların ve fikir paylaşımının yapılabileceği bir eğitim ortamı hazırlanarak fen eğitimi ile ilgili hem ödev niteliğinde keyifli etkinlikler hem de sınıf ortamında uygulaması ve izlemesi zaman alıcı birçok görsel video gibi araçlar ile dersi tamamlayıcı uygulamalar yapılabilir (Benzer, 2013).

Son yıllarda sosyal medya ve öğrenmeye olan etkisi üzerine araştırmalar yoğunluk kazanmıştır. Bu konuyla ilgili ülkemizde ve dünyada yapılan bazı araştırmalar aşağıda özetlenmiştir.

Grosseck and Holotescu (2008), twitterin eğitim amaçlı kullanımını şu şekilde ifade etmektedir: “Sınıfta ve sınıf dışında öğrenmenin devam etmesini, işbirlikçi öğrenme ile ilgili olarak yazma becerisinin gelişmesini sağlar. Öğretmenler ya da öğrenciler, bir projenin liderliğini yapmaları gerektiğinde, haberleşmeyi ve paylaşımları e-posta yerine twitter aracılığıyla yapabilirler”.

Altun’a (2008) göre ortaokullara konulan Medya Okur Yazarlığı dersinin seçmeli olması dersin önemini, etkililiğini azaltmıştır. İstenilen sayıda öğrenciye ulaşması sağlanamamıştır. Bunun yanında müfredat seçimi yetersiz kalmış, aile içi şiddet, cinsel istismar, uyuşturucu gibi önemli konulara yeterince yer verilmemiştir. Ayrıca medya okuryazarlığı eğitiminin üç yıllık bir sürece sıkıştırılmak yerine hayat boyu devam eden bir süreç olarak ele alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Böylelikle ebeveynlerin, öğretmenlerin, çocukların, gençlerin medya okuryazarlığı eğitimi sağlanarak toplum medya konusunda bilinçlendirilebilir sonucuna varılmıştır.

Eğitim-öğretim kapsamında farklı teknolojilerin ve ortamların içerikleri ile birlikte etkili bir şekilde kullanılması açısından vurgulanan medya okuryazarlığı hem öğrenciler hem de öğretmenler açısından önemli bir unsur haline gelmiştir. Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri yüksektir. İnternete erişim kolaylığı, düzenli gazete takip etmek, tv karşısında uzun süre vakit geçirmek gibi faktörler medya okuryazarlık düzeyini arttırdığı tespit edilmiştir (Karaman ve Karataş, 2009).

Bostancı’ya (2010) göre, sosyal medya ağları kullanıcılarına aynı zamanda yayıncı olma imkânı da vermektedir. Yazı, fotoğraf, video vb. içerikler kolaylıkla paylaşılabilir. Öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında birinci sırayı “arkadaşlarımla iletişim kurmak amacıyla kullanırım” ifadesi, ikinci sırası “bilgiye erişim amacıyla kullanırım” ifadesi ve üçüncü sırayı “akademik bilgi paylaşımı amacıyla kullanırım” ifadesi yer almaktadır.



Sosyal ağların yaygınlaşması insanların iletişim yöntemlerini de değiştirmiştir. Konuyla ilgili yapılan bir çalışmada, bu değişikliğin eğitim süreçlerine de yansımaya başladığı gözlenmiştir. Facebook, twitter, flickr gibi yaygın kullanılan sosyal ağlarda birçok eğitim olanakları bulunmaktadır. Sosyal ağların birçok özelliği ve olanaklarının olması öğretmenlerin eğitim öğretim süreçlerini aktif, yaratıcı, işbirlikli öğrenme ile desteklemelerine; öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci etkileşimini artırma, öğrencilerin araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanma ve geliştirme konularında destek olmaktadır (Gülbahar vd. 2010).

Öğretmen adayları üzerinde yapılan bir çalışmada haftada ortalama “1-5” saatlerini TV izleyerek, yine haftada “1-5” saatlerini internet kullanarak geçirdikleri ortaya çıkmıştır. Televizyonu en çok “Haber izleme amaçlı” kullandıklarını ve TV’de izledikleri programlar arasında ilk sırada “Haber ve haber programlarının” yer aldığını, interneti ise en çok “Bilgiye erişim” amaçlı olarak kullandıklarını göstermiştir. Öğretmen adaylarının medyadan beklediği özelliklere baktığımızda ise ilk sırada “haber ve bilgi verme” ve “eğitim”in geldiği görülmektedir (Karaman, 2010).

Roblyer vd. (2010) yaptıkları çalışmada, facebookun diğer sosyal sitelere göre daha ayrıcalıklı olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin yararlanmaları için daha fazla imkân olduğu, facebook sayesinde okul dışında da bilgiye erişebildikleri, kendi öğrenmelerini yapılandırabildikleri, okuldaki öğrenmelere yardımcı olduğu ve eğitimcilerle aralarında sosyal bağlılığı geliştirdiği tespit edilmiştir.

Vural ve Bat’a (2010) göre ülkemizde ve dünyada internet ve bilgisayar kullanıcılarının günden güne artması, yeni iletişim teknolojilerinin önemini arttırmıştır. Haber takibinden, alışveriş yapmaya iletişim kurmaktan, eğlenceye kadar gündelik yaşam pratiklerine her anlamda yerleşmiştir. İnsanların büyük bir kısmı internette geçirdikleri vakitlerinin çoğunu sosyal medya sitelerinde harcamaktadırlar.

Sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir iletişim şeklidir.

Sosyal ağ sitelerinin kullanımı her geçen gün artmaktadır. Öğrencilerin en fazla tercih ettiği sosyal ağ olan Facebook; mesajlaşma, arkadaş bulma, haber takibi ve fotoğraf paylaşımı gibi amaçlara yönelik kullanılmaktadır (Biçen ve Çavuş, 2011).

Koç ve Karabatak (2011) öğrencilerin sosyal ağları yeni bağımsız öğrenme ortamları olarak ve dersleri ile bağlantılı olarak kullanabildikleri, öğretmenlerini arkadaş olarak ekleyerek kendilerini daha rahat ifade etme olanağına sahip oldukları tespit edilmiştir. Sosyal ağların olumlu özelliklerinin yanında, olumsuz yanlarının da olduğu görülmüştür. Bu nedenle sosyal ağların kullanımının yeniden bilinçlendirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Özmen vd. (2011) yaptıkları çalışmada, eğitimciler arasında en yaygın olan sosyal ağın facebook olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenlerin, sosyal ağları en çok diğer eğitimcilerle bilgi ve kaynak paylaşımında bulunma amacıyla kullandıklarını; okul müdürlerinin ise daha çok mesleki öğrenme topluluğu yaratmak amacıyla kullandıklarını ifade etmişlerdir. Okul yönetimi, öğretmen ve öğrenciler arasında sağladığı eş güdümün ve bilgi paylaşımının, varılmak istenen amaçları gerçekleştirme noktasında olumlu katkısının olduğu sonucuna varılmıştır. Sosyal ağların eğitsel alanda kullanımıyla ilgili araştırmaların azlığına da vurgu yapılmıştır.

E-Öğrenme, öğretim etkinliklerinin elektronik ortamlarda yürütülmesi veya bilgi ve becerilerin elektronik teknolojiler aracılığıyla aktarılmasıdır. İstenilen her zamanda öğrenme ortamlarına ulaşmak mümkün olduğu için geleneksel öğretimlerden daha ucuz ve etkilidir. Öğrenci merkezli olması, her bireyin kendi hızında öğrenme imkanının olması ve zamanın sınırlı olmaması e-öğrenme ortamlarının avantajlarından (Doğan vd., 2011).

Tasir vd. (2011) e-öğrenme ortamlarının öğretme ve öğrenme sürecini kolaylaştırmak için önemli bir araç olduğunu belirtmişlerdir. Bu ortamlar sayesinde öğrenciler sınıf ortamı dışında da akranlarıyla temas halinde olmaktadır. Öğrencilerin kendi öğrenmelerini yönetmek için uygun yollardan biri de sosyal medya siteleridir. Sosyal medya gibi e-öğrenme ortamlarında öğrenciler iletişim kurma, araştırma yapma, etkileşimde bulunma, keşfetme, işbirliği, tartışma ve bilgi paylaşımı gibi deneyimler yaşayabilir. Geniş öğrenme kaynaklarına erişim sağlanabilir. E-öğrenme ortamlarının sağladığı imkânlardan biri de öğrenmenin herhangi bir coğrafi kısıtlama olmadan her yerde, her zaman gerçekleşebilir olmasıdır.

Buzetto-More (2012) öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medyada harcadıkları zamanın haftada ortalama 8-10 saat olduğu belirtmişlerdir. Bu zaman dilimlerinde öğrencilerin, sosyal medyadayken eğitim imkânlarına ulaşmaları sağlınırsa, öğrenmelerinin daha eğlenceli ve zamanlarının daha etkili bir şekilde geçirileceği tespit edilmiştir. Sonuç olarak, sosyal medya sitelerinin öğrencilerin öğrenmelerine katkı sağladığı belirtilmiştir.

Chen and Bryer (2012)'e göre, sosyal medya kullanımının popülerliğinin yüksek olmasına rağmen, öğrencilerin ve öğretmenlerin eğitim amaçlı kullanım yüzdesi oldukça düşüktür. Öğretmenlerin ve öğrencilerin informal öğrenme amaçlı sosyal medya kullanımlarına yönlendirilmelidir. Bu konuyla ilgili yapılan çalışmalar oldukça azdır ve bu alana yoğunlaşmanın giderek artması gerekmektedir.

Sosyal ağlar öğrenme ve öğretim deneyimlerini zenginleştirmekte oldukça etkilidir. Aynı zamanda iletişim becerilerini geliştirir, sosyal bağlılığı genişletir, akran desteğini güçlendirir ve işbirliğine dayalı öğrenmenin gerçekleşmesini sağlar (Hamat, Embi and Hassan, 2012).

Akgündüz (2013)'e göre fen eğitiminde harmanlanmış öğrenmenin başarıyı, motivasyonu, tutumu ve kendi kendine öğrenme becerilerini yüz yüze öğrenmeye göre anlamlı bir şekilde artırdığı görülürken; 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 yaratmadığı ortaya çıkmıştır.

Eğitimde Twitterın hem öğrenciler hem de eğitimcilere yararı vardır. Öğrencilerin başarıları üzerine twitter kullanımları incelendiğinde olumlu bir etkisi olduğu görülmüştür. Twitterın özellikle dil öğrenimine katkısı büyüktür. Öğrenciler farklı milletlerden kişileri takip ettiklerinde onların dilleri ve kültürlerine dair fikir sahibi olabilirler. Buna rağmen twitter kullanımı öğretim ve öğrenme alanında henüz yenidir. Bu alternatif eğitim aracı geliştirilir ve desteklenirse eğitim dünyasında bir yenilik olarak kullanılabilir (Alias *et al*, 2013).

Argın (2013)'a göre öğrencilerin zamanlarının büyük bir kısmını sosyal medya ağlarında harcadıkları ve söz konusu ağların hayatlarının bir parçası haline geldiği görülmektedir. Bu kadar ilgi çeken sosyal medya ağları toplumun her alanını etkilemekte, alışkanlıkları değiştirmekte ve değiştirmeye de devam edeceğim-düşünülmektedir. Birçok alanın yanı sıra, sosyal medya ağları eğitim için de birçok olanağı içerisinde barındırmaktadır.

Sosyal medyanın kullanımıyla ilgili yapılan bir diğer çalışmada, fen bilgisi öğretmenliği öğrencileri genelde olumlu bir görüş içindedirler. Sosyal medya üzerinden bilimsel tartışmaların ve fikir paylaşımının yapılabileceği bir eğitim ortamı hazırlanabilir. Ödevler ve etkinlikler yapılabilir, sınıf ortamında uygulaması ve izlemesi zaman alıcı birçok görsel video gibi araçlar ile dersi tamamlayıcı uygulamalar yapılabilir (Benzer, 2013).

Öğretmenler ders içi kullandıkları yöntemler ve teknolojilerle sınırlı kalmamalı sosyal medya gibi yenilikçi kullanımlara açık olmalıdırlar. Dersleri için, en uygun sosyal medya sitelerini tamamlayıcı kaynak olarak kullanabilirler. Öğrencilerle aralarında etkileşimi arttırabilir. Öğrencilerin kendi öğrenmelerini kontrol etme imkânı yaratarak aktif öğrenme sağlanabilir. Aynı zamanda da işbirlikçi öğrenmeyi teşvik eder (George *et al.* 2013).

Korkmaz (2013), en yaygın sosyal ağlardan olan facebook'un, olumlu özelliklerinin yanında olumsuz özelliklerinin de olduğunu belirtmiştir. Kişiler arası iletişimde görsel öğelerin, görmenin, göstermenin ve gözetle(n)menin ön plana çıkması facebook'un olumsuz durumlarından biridir. Toplum oluşturulan bireyler arasında sağlıklı bir iletişim için ise mahremiyetin korunması çok önemlidir. Bu noktada facebook bireysel mahremiyetin sınırlarını, bireylere rağmen değil bireylerin de katılımıyla genişleten bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Gelecekte teknoloji, günümüzden daha ileri bir seviyede olacaktır. Facebook kullanımı daha da artacaktır. Bu yüzden uzmanlar gelecekte facebook kullanımının müfredat uygulamalarına eklenmesi fikrini desteklemektedirler. Facebook öğretmenler ve öğrenciler arasındaki etkileşimi artırabilir. Öğrenme sürecinde hem öğretmenlere hem de öğrencilere katkısı olabilir (Noh *et al.* 2013).

İnternet ve internetin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan sosyal medya günümüzün sosyal medyanın özellikle genç kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Sosyal medya kullanımında deneklere yöneltilen sorular doğrultusunda araştırma sonuçlarına göre 5 farklı faktör bulunmuştur. Bu faktörler önem sırasına göre; medya alışkanlığı, eğlence ve zaman geçirme, ilişki sürdürme, sanal topluluk, bilgilenme ve kişisel statü faktörleridir. Eğitsel faktörlere önem verilmediği tespit edilmiştir (Ök, 2013).

Ortaöğretim öğretmenlerinin Facebook'u kullanım amaçlarına baktığımızda çoğunun ortak bir noktada toplandığı görülür. Öğretmenlerin arkadaş listelerinde; arkadaşları, iş arkadaşları ve öğrenciler yer almaktadır. Bazılarının listesinde öğrenci velileri de mevcuttur. Böylece görüşülen ortaöğretim öğretmenleri arkadaşlarıyla Facebook üzerinden görüşebilir ve haberleşebilirken; aynı zamanda iş arkadaşları, öğrenciler ve veliler ile de haberleşebilir, onlarla paylaşmak istediklerini paylaşabilir. Öğrencilere birtakım bilgiler, dokümanlar, metinler vb. Facebook aracılığıyla kolaylıkla iletebilir, öğrencilere duyurulmak istenenler Facebook üzerinden duyurulabilir, öğrencilerin notları bu şekilde açıklanabilir, ödevleri yine Facebook aracılığıyla onlara ulaştırılabilir (Sönmez, 2013).

Toğay vd. (2013) göre, sosyal medya çağımızın en gelişmiş iletişim araçlarından birisidir. Eğitim süreçlerinde kullanılacak birçok materyale sahiptir. Sosyal medya destekli eğitimin en temel özellikleri; geleneksel eğitim sistemindeki öğrenci, öğretmen etkileşimlerini artırmak, iletişim becerilerini geliştirmek, geniş kitlelere hitap etmek, akran desteğini güçlendirici ve işbirliğine dayalı öğrenmenin gerçekleşmesini sağlamaktır. Sosyal medyada hem öğretmenler hem de öğrenciler eğitim amaçlı topluluklar oluşturup, paylaşımlarda bulunabilirler. Öğrencilerin büyük bölümünün eğitim süreçlerinde sosyal medya araçlarının kullanımının gerekli, faydalı ve kolay olduğunu, ders başarılarını artırdığını sonucuna ulaşılmıştır. Öğrenciler sosyal medyayı öğrenim süreçlerinde kullanmaktan hoşlanmakta ve öğrenmelerine yardımcı olduğunu belirtmektedir.

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla beraber yeni iletişim ortamları oluşmaya başlamıştır. Öğretmenlerin öğrencileriyle ders dışında etkileşimde bulunmaları için yeni yollar oluşmuştur. Öğretmenler müfredatı uygularken bu platformlardan yararlanarak öğrenme sürecini kolaylaştırmaktadırlar. Öğrencilerin de öğretmenleriyle dersle ilgili tartışmalarda bulunarak, kendi öğrenmelerini gerçekleştirmeyi başladıkları görülmüştür. Böylelikle eğitim sadece yüz yüze

öğrenmelerle sınırlı kalmayıp, okul dışına da taşınabilmektedir (VanDoorn and Eklund, 2013).

Yolcu (2013) yaptığı çalışmada üniversite öğrencileri en popüler sosyal medya ağları kullanıcıları arasında yer aldığını tespit etmiştir. Sosyal medya kullanımı ile öğrenciler ve üniversiteleri arasında bir iletişim köprüsü kurulmaktadır. Bu sosyal medya ağları arasında etkileşim için en hızlı ve kolay olan Twitterdir. Üniversitelerin twitter sayfaları sayesinde üniversite hakkında bilgi alınabilir, duyurular ve etkinliklerden haberdar olunabilir, üniversitenin sunduğu hizmetler ile ilgili bilgiye daha kolay ulaşılabilir. Üniversiteler diğer kurumların faaliyetlerini takip edebilir, bilimsel veriler daha hızlı bir şekilde yayılabilir, anma, taziyeye ve tebrik mesajları paylaşılabilir.

Friedman and Friedman (2014) yaptıkları çalışmada, teknolojinin çok hızlı geliştiğini, kütüphaneler ve kitapların yerini internetin aldığını belirtmişlerdir. Bilgiye erişim internet aracılığıyla kolaylıkla sağlanmaktadır. Özellikle gençler zamanlarının büyük çoğunluğunu sosyal medyada geçirmektedir. Sosyal medya iletişim, işbirliği, toplum, yaratıcılık ve yakınsama gibi kavramlarla özetlenebilir. Böylelikle öğretmenler öğrenme faaliyetlerini yönetir ve öğrenmeyi kolaylaştırır. Öğrenciler eğitim sürecinde aktif olmalıdır. Online öğrenme öğrencilerin aktif katılımını gerektirir. Sosyal medyanın öğrenmeyle bağlantısı sağlanırsa eğitim daha ilginç ve eğlenceli hale getirilebilir.

Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir diğer çalışmada, üniversite öğrencileri arasında en popüler Sosyal Ağ Sitesi Facebooktur. Fakat bu popüleriteye rağmen öğrenciler tarafından Facebook kullanımı eğitim amaçlı yeterli düzeyde değildir. Sosyal ağ araçlarını benimsemek ve kullanmak öğrencileri motive edebilir. Facebook, öğrencilerin akranlarıyla iletişimlerini arttırmada, ilgi alanlarını paylaşmada etkilidir. Sosyal ilişkileri genişletir. Eğitimde kullanımı ise dolaylı yoldan olmak üzere yeni yeni yaygınlaşmaya başlamıştır (Sánchez *et al.*, 2014).

Mevcut literatür gözden geçirildiğinde ülkemizde sosyal medya ve eğitim ilişkisi konusunda çalışmaların oldukça sınırlı olduğu söylenebilir. Çalışmamızın sosyal medya ve eğitim ilişkilerinin daha sağlıklı ortaya konulmasına katkı sağlayacağı beklenmektedir.

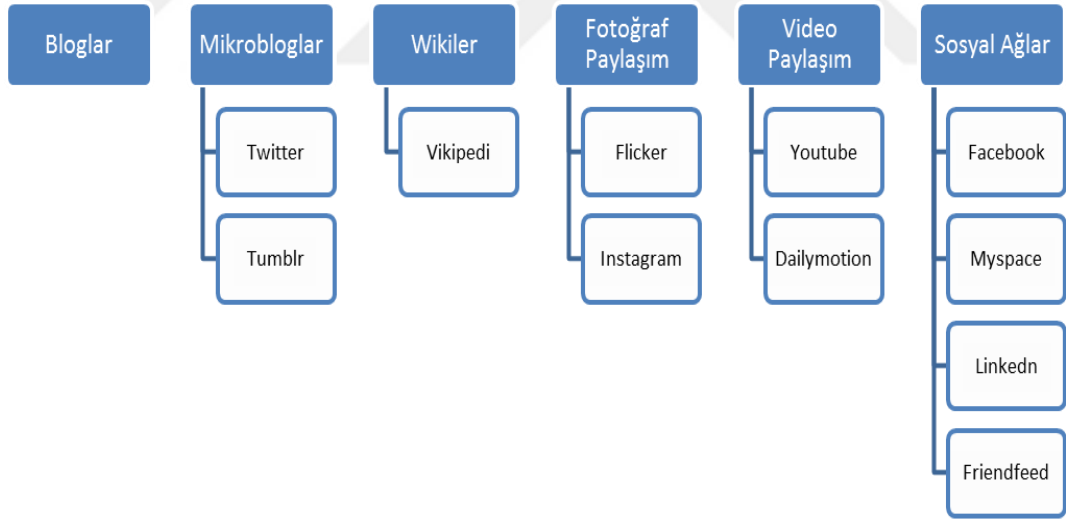
Bu çalışmanın amacı fen bilgisi öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımının öğrenmelerine etkisini ve görsel okuryazarlıklarını ölçmektir. Çalışmada örneklemin öğretmen adayları olarak seçilmesinde, birer öğrenci olarak kullandıkları sosyal ağların kendilerine katkısını belirlemek ve mesleki hayatlarında doğru bir sosyal medya okuryazarı olabilmenin alt yapısı oluşmaktır.



## 2. KURAMSAL TEMELLER

### 2.1. Sosyal Medya

Gelişen teknoloji dijital ortamlardaki hızlı paylaşım ve içerik üretimi sosyal ağ içerisindeki iletişim boyutlarını da hızla arttırdı. “Sosyal medya” adı verilen yeni bir iletişim ortamı yaygınlaştı. Sosyal medya; bireyleri internet üzerinde toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlayarak, yine insanlara internet iletişim metotları ile iletişime geçmek için ve aynı zamanda normal sosyal yaşamda yapılan çeşitli jestleri simgeleyen sembolik hareketleri göstererek insanların yarattığı sanal ortamdaki sosyal iletişim kurmaya yarayan ağlardır (Bacanak, 2012). Dünyada ve ülkemizde kullanılan en yaygın sosyal medyalar Şekil 1. de gösterilmiştir.



Şekil 1. Sosyal ağların şematik gösterimi

Sosyal medya; teknolojiyi, sosyal girişimciliği kelimeler, resimler, videolar ve ses dosyaları ile birleştirir. Sosyal medya araçlarının tanımı ve kapsamı kişiden kişiye değişmekle beraber bilgisayar ya da mobil telefon gibi araçların desteklediği ana

unsurları bloglar, mikrobloglar, online chat, RSS beslemeleri, sosyal ağlar, sosyal imleme siteleri, forumlar, podcastler, video paylaşım siteleri, sanal dünyalar gibi çeşitli formlarda karşımıza çıkmaktadır (Hatipoğlu, 2009).

Bostancı (2010) a göre sosyal medya uygulamalarında içeriği tamamen bireyler belirler ve bireyler birbirleri ile sürekli bu uygulamalar üzerinden etkileşim halindedir. Kısacası zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın paylaşımın, etkileşimin ve tartışmanın esas olduğu bir iletişim şeklidir.

Sosyal medyanın avantajları;

1. Sosyal medya hızlı ve günceldir
2. Sosyal medya ucuzdur
3. Sosyal medya güvenilirdir
4. Sosyal medya iletişimi kolaylaştırır.

Sosyal medyada, sosyal ağlar ve toplu gruplar yer alır. İnsanlar, kurumlarını tanıtır, arkadaş ilişkileri kurarlar, ürün servis, fikir ve nesnelere ilişkin bağlılık gösterirler. Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir (Vural ve Bat, 2010).

Mayfield (2012)'e göre sosyal medya aşağıdaki özellikleri içerir;

- ✓ 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 sağlarlar. 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.

Sosyal medya hızlı ve günceldir. Sosyal medyada iletiler, konular, haberler hızlı bir biçimde değişmekte ve bireyler arası etkileşime açık olmasından dolayı da sürekli güncel kalabilmektedir.

Sosyal medya kavramı, geleneksel medyaya ancak okur olarak katkısı bulunan kişinin, günümüz yeni sosyal medyasında kitle iletişim araçlarını kullanma konusunda herkese eşit fırsat verilmesi ilkesine dayanılarak türetilmiştir. İnternet ile birlikte gelen bu fırsat, kişilerde teknik bilgi ve beceri bulunmasını da gerektirmektedir.

Sosyal medya ve geleneksel medya siteleri arasındaki en önemli fark, sosyal medya sitelerinde içeriğin çoğunluğunun kullanıcılar tarafından oluşturulmasıdır. Geleneksel medyada ise içerik yayıncılar tarafından belirlenmektedir.

Sosyal medyanın bu özellikler çerçevesinde geleneksel medyadan farkı ise şöyle sıralanmaktadır (Wikipedia, 2014):

- ✓ Erişim: Hem geleneksel medya hem de sosyal medya teknolojileri herkesin genel bir kitleye erişebilmesine olanak tanır.
- ✓ Erişilebilirlik: Geleneksel medya için üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya sıfır maliyetle kullanılabilir.
- ✓ Kullanılrlık: Geleneksel medya üretimi, çoğunlukla uzmanlaşmış yetenekler ve eğitim gerektirmektedir. Çoğu sosyal medya için bu geçerli değildir, yani herkes üretimde bulunabilir.
- ✓ Yenilik: Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı (günler, haftalar, hatta aylar) anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir. (Tepkilerin zaman aralığına katılımcılar karar verir). Geleneksel medya da sosyal medya araçlarına adapte olmaktadır.
- ✓ Kalıcılık: Geleneksel medya yaratıldıktan sonra değiştirilemez (bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz); oysa sosyal medya yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilir.

Günümüzde, bu sosyal medya ortamları; fikir, düşünce, fotoğraf, video ve yazıların paylaşılabilirdiği gündelik hayatın vazgeçilmezleri arasında yerini almıştır. İnsanlar açısından geçmiş medya ortamına göre, yalnızca tüketici olma anlayışı neredeyse hükümsüz hale gelmiştir.

Avrupa ülkelerinde, bu nedenlerden dolayı; sosyal medya okuryazarlığı eğitimine başlanılmıştır. Sosyal medya okuryazarlığı eğitiminde, öğrencilere sosyal medyanın nasıl kullanılacağı kadar, bu mecrada karşılaşılabilecek olan hakaret veya kişilik haklarına saldırılar ile ilgili eğitimler de verilmektedir. Türkiye'de sosyal medya okuryazarlığı eğitim programı RTÜK tarafından yürütülmektedir. Program kapsamındaki müfredatta yine RTÜK üyeleri tarafından oluşturulan komisyon tarafından değerlendirilmekte ve incelenmektedir.

## 2.2.Sosyal Medya Araçları

### 2.2.1.Bloglar

Blog; 'Weblog' yani 'ağ günlüğü' isminden türetilmiştir. 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).

Blog, genellikle güncelden eskiye doğru sıralanmış yazı ve yorumların yayınlandığı, web tabanlı bir yayını belirtmektedir. Çoğunlukla her gönderinin sonunda yazarın adı ve gönderi zamanı belirtilmektedir. Yayıncının seçimine göre okuyucular yazılara yorum yapabilmektedir. Yorumlar, blog kültürünün çok önemli bir dinamiğidir; bu sayede yazar ve okuyucular arasında iletişim sağlanmaktadır. Bunun dışında, geri izleme (trackback) mekanizmasıyla, belirli bir yazı hakkında yazılan diğer yazıların belirlenebilmesi de mümkün olmaktadır (Wikipedia, 2014).

Bloglar farklı amaç ve kullanım şekillerine göre çeşitlilik göstermekle beraber temel olarak dört gruba ayrılmaktadır:

- ✓ Kişisel Bloglar
- ✓ Temasal Bloglar
- ✓ Topluluk Blogları
- ✓ Kurumsal Bloglar

TypePad ya da WordPress gibi ücretli veya ücretsiz blog hizmetlerinden birini kullanmak ve birkaç dakika içinde blog yazmaya başlamak mümkündür. Günümüzde bloglar, geniş bir şekilde bilinen bir teknoloji olarak görülmektedir. Son yıllarda kişisel ve örgütsel blogların sayısı önemli bir şekilde artmaktadır. Blogların popüler olmasının başlıca sebepleri şu şekilde sıralanabilir (Akar, 2010).

1. Ucuz ya da ücretsiz yapılabilme,
2. Kurulum için özel bir yazılım gerektirmeme,
3. Uzmanlaşmış bilgisayar deneyimi gerektirmeme,
4. İçeriğin güncellenebilmesi ve kolaylıkla içeriği yayabilme,
5. RSS kullanarak kullanıcıların yeni gönderileri anlık elde edebilmesi,
6. Herkes tarafından yorum gönderilebilmesi, okuyucu ve yazar arasında bir diyalog meydana getirebilmesi.

Firmalar bloglar sayesinde kendileri hakkındaki haberleri ve duyuruları ilgililerle paylaşma imkânına kavuşmaktadır. Kurumsal blogların firmalarca kullanılmasının bazı sebepleri bulunmaktadır. Bloglar web sitelerine göre daha hızlı ve daha kolay kurulabilmekte ve çok kısa zamanda değiştirilebilmektedir. Blogların güncellemesi kolaydır. Bloglarda amaç iletişim olduğundan web sitelerinde olduğu gibi görsellik kaygısı yoktur. Bloglarda kullanıcılar kendi yorumlarını istediklerinde yayımlayabilmektedir (Dikme, 2013).

### **2.2.2.Mikrobloglar**

Dünyanın herhangi bir yerinde olan bir gelişmeyi en hızlı duyuran platformlar mikro bloglardır. Bloglarla kıyaslandığında en önemli özelliği anlık ve kısa içerikler ile başkalarıyla içerik paylaşılmasını sağlamaktır. Bir iki cümleyle sınırlı içerikle ile güncellenebilmeleri, kolayca kullanılabilmeleri, içeriğin hızlı bir şekilde yayılmasına olanak sağlamaktadır (Bostancı, 2010).

### 2.2.2.1. Twitter

Twitter insanların web ortamında bilgilerini, duygularını, düşüncelerini veya ne yaptıklarını anlık kısa ifadelerle yazarak paylaştıkları bir sosyal ağ sitesidir (Odabaşı, 2012). 2006 yılında Evan Williams, Jack Dorsey ve Biz Stone tarafından geliştirilen Twitter'ın ortaya çıkış amacı olan her an her yerden anlık mesaj gönderme durumu; mobil telefonlarındaki SMS mesajının karakter sayısı ile doğrudan ilişkilidir. 140 karakter sadece mesaj sınırını değil; gündelik yaşamın giderek kısa, hızlı ve anlık şeylerden oluşmasına da işaret ettiği ifade edilebilir (O'Reilly and Milstein, 2009).

Geliştirilmesinden bu yana dünya çapındaki popülaritesini gün geçtikçe arttırmış ve içerdiği uygulamaların programlama ara yüzünün kısa mesaj gönderim ve alımı konusundaki olanaklarıyla internet dünyasının SMS'i olarak anılmaya başlamıştır. 25 Nisan 2011 tarihinden itibaren Türkçe olarak kullanılabilir (Wikipedia, 2014).

2009 yılı göz önüne alındığında Twitter, Türkiye'de en fazla artış gösteren ilk ve en çok üyesi olan ikinci sosyal paylaşım ağı haline gelmiştir. Twitter'ın gündelik yaşamda diğer paylaşım sitelerine göre daha kısıtlı, daha az görsel ve çok daha basit işlevler bütününe sahipken; 2009 yılının en hızlı yükselen sosyal ağı olması ilgi çekicidir (Altunay, 2010).

Twitter'ın genel amacı insanların günlük yaşamlarında yaşadıkları, duydukları, düşündükleri ve deneyimledikleri "şeylerden", paylaşılabilir bulduklarını bir web ortamında başkaları ile kısa ifadelerle paylaşma imkânı sunmasıdır (Altunay, 2010).

Twitter pek çok alanda kullanılır. Örneğin, siyaset alanında da twitter oldukça etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Siyasi aktörler, bir konu hakkında bilgi vermek, geliştirdikleri bir şey hakkında paylaşımda bulunmak ya da gündemdeki konular, yaşanan olaylar vb. hakkındaki paylaşımlarını twitter üzerinden gerçekleştirmektedir. Diğer taraftan twitter sayesinde, kullanıcılar beğendikleri bir yazarı, uzmanı, sanatçıyı, oyuncuyu vb. takip edebilmekte, o kişinin anlık paylaşımlarını görebilmektedir (Sönmez, 2013).

#### **2.2.2.2. Tumblr**

2007 yılında kurulmuş olan Tumblr, yaklaşık 200 milyon üyeye sahiptir. Üyeler diledikleri her şeyi kolaylıkla paylaşabilmektedir. Metin, fotoğraf, alıntılar, bağlantılar, müzik ve videolar internet tarayıcısı, telefon, masaüstü, e-posta üzerinden ve her yerden gönderilebilmektedir. Kullanıcılar blogları için temalar seçebilmekte, html kodları kullanarak temalarındaki her şeyi özelleştirebilmektedirler.

#### **2.2.3. Wikiler**

Web 2.0 uygulamalarından birisi olan Wiki, Havai dilinde hızlı ve kolay anlamına gelen bir kavramdır. Üzerinde düzenlemeler yapılmasına olanak sağlayan bir sözlüğü, ansiklopediyi ya da veri tabanını andıran web siteleridir. Kullanıcılar bir sözcük hakkında tanımlama yapabilir, bu sözcüklere yenilerini ekleyebilir, yanlış ya da eksik olduğunu düşündüğü yerleri değiştirebilir ve silebilir (Altun, 2008).

1994 yılında Ward Cunningham tarafından ilk olarak “WikiWikiWeb” adıyla geliştirilip 1995 yılında internette mevcut hale gelen wikiler temel olarak işbirlikçi çalışma neticesinde kullanıcıların belirli konular üzerinde bilgileri düzenleyip



yayınlayabildikleri ortamlardır. Wikilere kayıtlı olan her kullanıcı, sayfalarda sunulan bilgilere müdahale edebilmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010).

Wikilerin en önemli getirisi, öğrenciler ve öğretmenlerin işbirlikçi çalışmalarının sonucu olan, nitelikli bilgiler sunmasıdır. Ayrıca, sunulan işbirlikçi çalışma ortamı da öğrencilerin birbirleriyle etkileşim sağlamaları açısından önemlidir. Wiki ve benzeri teknolojiler çevrimiçi işbirliği ve iletişimin sağlandığı grup çalışmalarının büyümesini desteklemekte ve kaynaklar için erişilebilir bir depo sağlamaktadırlar. Sosyal öğrenme aracı olan wiki, yapılandırmacı öğrenmeyi de teşvik etmektedir. (Snelling and Karanicolas, 2008)

Her üyeliği bulunan tarafından bilgilerin paylaşılabilirdiği bu sitede güvenli bilgilerin yer alıp almadığı tartışma konusudur. Wikilerde yazarın belli olmamasından ötürü, blog ya da mikrobloglara göre güvenilirlik oranı daha az geçerlidir. (Kök, 2013)

### **2.2.3.1. Vikipedi**

Wiki sitelerinin en büyüğü olan Vikipedi, kullanıcıları tarafından ortaklaşa olarak birçok dilde hazırlanan özgür, bağımsız, ücretsiz, reklamsız, kâr amacı gütmeyen bir internet ansiklopedisi olarak yer almaktadır (Wikipedia, 2014). Vikipedi'yi ansiklopedilerden ayıran en önemli özellik, içerik üreticilerinin kullanıcılar olmasıdır. Kullanıcılar işbirliği içerisinde basit metin düzenleme araçları kullanarak içerikler üzerinde değişiklik yapabilirler (Argın, 2013).

Vikipedi'de de Wikilerde olduğu gibi kullanıcıların içerik eklemeleri bilgilerin güvenilirliği ile ilgili bir sorun ortaya çıkmaktadır. Vikipedi'nin etkili kullanılması için kaynak gösterimlerine çok dikkat edilmesi gerekmektedir (Shih, Tseng and Yang, 2008).

## **2.2.4. Medya Paylaşım**

Multimedya, sosyal medya içerisinde oldukça önemli bir unsurdur. Multimedya kapsamında olan fotoğraf, video, müzik-ses paylaşımı sosyal medya ve internet kullanıcıları tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır (Sönmez, 2013).

### **2.2.4.1. Fotoğraf paylaşım**

Sosyal medyada kullanıcılar fotoğraflarını internet üzerinden çevrimiçi yolla kolaylıkla yayımlayabilmektedirler. Sosyal medya kullanımının artmasından itibaren fotoğraf paylaşım siteleri de artış göstermiştir.

#### **2.2.4.1.1. Flickr**

Flickr, genellikle fotoğraf paylaşım amaçlı kullanılmaya başlanan sonraları ise video paylaşımına da açılan bir web sitesidir. Ücretsiz kullanıcıların aylık 100 MB boyutunda fotoğraf gönderme sınırı vardır. Buradaki fotoğraflar, fotoğrafın sahibinin seçimine göre, tüm hakları fotoğrafın sahibinde kalacak şekilde ya da Creative Commons lisansı ile yayımlanabilmektedir.

#### **2.2.4.1.2. Instagram**

Instagram, ücretsiz olarak kullanılan fotoğraf paylaşım sitesidir. Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal ağlarla da entegredir. Böylelikle Instagram aracılığıyla, bu ağlar üzerinden de hızlı bir şekilde fotoğraf paylaşımı yapılabilir.

#### **2.2.4.2. Video Paylaşım**

Video paylaşım sitelerinde hemen hemen her konuda video bulmak mümkündür. Kullanıcılar video yükleyebilir, izleyebilir ya da beğendikleri videoları farklı bir sosyal paylaşım ağında paylaşabilmektedirler.

##### **2.2.4.2.1. Youtube**

Chad Hurley, Steve Chen, San Mateo ve Jawed Karim'in, 2005 yılında Amerika'da kurduğu bir video paylaşım sitesidir Youtube üzerinden milyarlarca kişi üretilmiş orijinal videoları keşfetmekte, izlemekte ve paylaşmaktadır. Youtube aynı zamanda insanların birbirleriyle bağlantı kurması, bilgilenmesi ve tüm dünyadan diğer kullanıcılara ilham vermesi için bir forum, ayrıca orijinal içerik yaratıcıları ve büyük veya küçük çaplı reklam verenler için bir dağıtım platformu görevi görmektedir.

##### **2.2.4.2.2. Dailymotion**

Dailymotion, ağı üzerindeki 106 milyon ziyaretçisi ve ayda izlenen 2 milyar videosu ile youtube'dan sonra ikinci popüler video paylaşım sitesidir.

#### **2.2.5. Sosyal Ağlar**

Sosyal ağlar web 2.0 teknolojisi ile ortaya çıkan sosyal medyayı meydana getiren en önemli ortamlardır (Çetin, 2009). Sosyal ağ, bireyleri internet üzerinde toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlayarak, aynı kültürel seviyesinde rahatlıkla anlaşabilecekleri insanlara internet iletişim metotları ile iletişime geçmek için ve aynı zamanda normal sosyal yaşamda yapılan çeşitli jestleri simgeleyen sembolik hareketleri göstererek insanların yarattığı sanal ortamdaki sosyal iletişim kurmaya yarayan ağlara denilmektedir (Wikipedia, 2014).

Sosyal ağ siteleri, bireylerin sınırları kurallarla belirlenmiş bir sistem içinde halka açık ya da yarı açık profil oluşturmasına, bağlantılı oldukları diğer kullanıcıların listesini görüntülemesine, diğer kullanıcıların sistemdeki listelenmiş bağlantıları görmesine ve bu bağlantıların aralarında geçiş yapmasına izin veren web tabanlı servislerdir (Boyd and Ellison, 2008).

Sosyal paylaşım ağı tanımına uygun tipteki ilk site örnekleri “Classmates.com” (1995) ve “SixDegrees.com” (1997) siteleridir. Classmates.com özellikle geçmişteki sınıf arkadaşlarının bulunmasına yönelik bir tema sunarken, SixDegrees.com kullanıcılarına profil yaratma ve arkadaşlarını listeleme olanağı sunmuştur. 1997-2009 yılları arasında çeşitli etnik grupların kişisel ve profesyonel profillerini paylaştıkları siteler ortaya çıkmıştır.

2005’li yıllardan sonra Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal ağ sitelerinde de müthiş bir değişim yaşanmış ve popülariteleri artmıştır. Ayrıca farklı yaş gruplarından birçok insanın üye olduğu sosyal ağlarda kullanıcıların geçirdiği zaman sosyal ağların ortaya çıkmalarından bugüne kadar geçen süre içinde büyük bir artış göstermiştir (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010).

Kim, Jeong and Lee (2010) dünya genelinde milyonlarca üyesi olan sosyal ağ sitelerinin bazı temel özelliklerini şu şekilde sıralamıştır:

- ✓ Kişisel profil: Birçok sosyal ağ sitesi kullanıcılarına kişisel profillerini oluşturma ve bu profillerini istedikleri zamanda düzenleme ve değiştirme imkânı sağlar. Kişisel profillerde yer alan bilgi türleri bir sosyal ağ sitesinden diğerine farklılık gösterebilir.
- ✓ Çevrimiçi bağlantılar kurma: Sosyal ağ siteleri kullanıcıların arkadaşlarını bulması ve onlarla bağlantı kurma olanağı sağlar. Sosyal ağ siteleri, kullanıcılarının arkadaşlarına ulaşabilmesini sağlamak için kullanıcıların e-

posta adreslerini ve bu e-posta adreslerinde yer alan adres defterlerini kullanarak ulaşma imkânı sağlar.

- ✓ Çevrimiçi gruplara katılma: Sosyal ağ siteleri kullanıcılarının yeni çevrimiçi gruplar oluşturması ve bu gruplara üye olarak etkileşimde bulunmaları amacıyla çeşitli imkânlar sağlar. Bu gruplara hem üye olanlar hem de üye olmayan kullanıcılar gruplarda paylaşılan içeriği görüntüleyebilirler ancak sadece grup üyeleri grup üzerinde paylaşımda bulunabilir.
- ✓ Çevrimiçi iletişim kurma: Sosyal ağ siteleri, üyelerinin kendi arkadaşları ve diğer kullanıcılarla çevrimiçi iletişim kurmak için çeşitli hizmetler ve uygulamalar sunmaktadır. Bu hizmetlerden bazıları e-mail, mesajlaşma, anlık mesajlaşma (sohbet), halka açık ya da özel duyuru panosu servisleridir.
- ✓ Kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriğin paylaşımı: Birçok sosyal web sitesi kullanıcılarına video, fotoğraf, müzik, yer imleri ve metin gibi çeşitli içerikleri paylaşma hizmeti sunmaktadır.

### **2.2.5.1. Facebook**

Facebook günümüzde en çok tercih edilen sosyal ağ sitelerinin başında gelmektedir. Facebook, insanların arkadaşlarıyla iletişim kurmasını ve bilgi alış verişini yapmasını amaçlayan bir sosyal ağıdır. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından geliştirilmiştir. Öncelikle Harvard öğrencilerinin birbirleriyle iletişim kurmaları için kurulmasına rağmen daha sonra Boston civarındaki okulları da kapsağı ve bir sene içerisinde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüm okulların öğrenci ve mezunlarını üye olarak kabul etmeye başlamıştır. Kullanıcılar önceleri sadece kendi kurumunun e-posta adresiyle (.edu, .ac, .uk, vb.) üye olabilirken, daha sonrasında ağ içine liseler ve bazı büyük şirketlerin de katılımı ile 11 Eylül 2006 tarihinden itibaren tüm e-mail adreslerine bazı yaş sınırlandırmalarıyla açılmıştır (Wikipedia, 2014).

Farklı dil seçenekleri bulunan Facebookta dünyanın bütün kıtalarından kullanıcılar yer almaktadır. 31 Ağustos 2014 itibarıyla; Dünya'nın en fazla ziyaret edilen ikinci Sitesi olan Facebook'un şu anda bir milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır. 167.821.900 kullanıcısıyla en fazla üyeliğe ABD sahiptir. Bu ülkeyi sırasıyla Brezilya, Hindistan, Endonezya, Birleşik Krallık, Meksika izlemektedir (Check Facebook, 2012). 2008 yılından itibaren ülkemizde de kullanıcı sayısı hızla artmıştır. Mart 2013 verilerine göre Türkiye 32.438.200 kullanıcıyla Dünya'da yedinci sırayı almaktadır.

Türkiye'deki Facebook kullanıcısı, toplam nüfusun % 40.06'sını, internet erişimi olan nüfusun ise % 89.04' ünü oluşturmaktadır. Kullanıcıların demografik özellikleri incelendiğinde, cinsiyete göre kullanıcıların % 37'si kadın, % 63'ü ise erkeklerden oluşmaktadır. Yaş gruplarına göre incelendiğinde, 13-15 yaş % 6, 16-17 yaş grubu % 9, 18-24 yaş % 35, 25-34 yaş % 29, 35-44 yaş grupları % 13 ve 45+ yaş grubu ise % 8'lik bir oran göstermektedir. Türkiye Facebook'ta ağırlıklı olarak 18-24 arası gençlerin oluşturduğu bir kullanıcı profiline sahiptir (Socialbakers, 2012).

Facebook'u diğer sosyal paylaşım ağlarından ayıran en belirgin özelliği, uygulama alanını sürekli genişletmesi ve geliştirmesidir. Facebook sağladığı imkânlar sayesinde günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Facebook kullanıcıları, cinsiyet, eğitim durumu, ilgi alanları, yaşları gibi kişisel özelliklerin belirtildiği profillerini oluşturabilirler. Facebook'un kullanım amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Kullanıcılar uzun zamandır görüşmediği arkadaşlarını bulabilmekte, uzaktaki tanıdıklarından kolaylıkla haber alabilmekte ve onlarla iletişim halinde bulunabilmektedir.
2. Fotoğraflarını paylaşma amaçlı kullanılabilir. Kullanıcılar arkadaşlarının fotoğraflarını beğenebilmekte ve yorum yazabilmektedirler.
3. Beğendikleri bir video, şarkı, ses ve de metinle paylaşımı yapılabilir.

4. Facebook üzerinden erişebilecekleri çeşitli oyun siteleri de bulunmaktadır.
5. “Etkinlikler” özelliği sayesinde kullanıcılar arkadaşlarını birtakım buluşmalara, organizasyonlara, toplantılara, partilere çağırabilirler. Böylelikle çok sayıda kişiye kolayca ulaşılmış olunur.
6. Kullanıcılar ilgi duydukları müzik, film, kitap gibi alanlara yönelik oluşturulmuş sayfaları takip edebilir.
7. Sosyal gruplara katılarak fikir paylaşımında bulunabilir, tartışmaları takip ederek katılabilir.

Facebook üyeleri hayatlarının her anını arkadaşlarıyla paylaşmak istediği an herkesi tek tek aramak yerine Facebook sayfasını güncellemektedir. Bu sayede zamandan tasarruf etmiş olurlar. Zamanın en önemli değerlerden biri olduğu günümüz dünyasında Facebook bağımlılarının giderek artmasının en önemli nedenlerinden biri de budur (Aslan, 2011).

Tüm bu avantajları nedeniyle çok fazla tercih edilen facebook ağı, aynı zamanda bu nedenlerden ötürü aşırı kullanıma ve bağımlılığa neden olabilmektedir. Özellikle gençlerde ve çocuklarda ortaya çıkan bu bağımlılık ebeveynler tarafından oldukça dikkat edilmesi gereken bir konudur. Belli bir süre sonra kişilerin sadece sosyal ağlar üzerinden iletişim kurmaya başlaması, insanları gerçek hayattan yüz yüze iletişimden uzaklaştırmakta, asosyalleştirmekte, içine kapanık bireyler haline gelmelerini sağlamakta ve tembelleştirmektedir (Kök, 2013).

#### **2.2.5.2. Friendfeed**

FriendFeed, arkadaşlarınızla çevrimiçi paylaşımı kolaylaştıran bir hizmettir. Arkadaşlar arasında bilgi edinmek ve görüş alışverişinde bulunmak için eğlenceli ve interaktif bir yol sunmaktadır.

Ekim 2007’de kurulan site gerçek zamanlı haberleşme ve paylaşım sitesidir. Kullanıcıların, internette üye oldukları bloglar, arkadaşlık siteleri, fotoğraf siteleri, imleme siteleri gibi pek çok kaynaklardaki aktivitelerini arkadaşlarıyla paylaşmaları ve yorumlamalarını sağlayan yeni nesil bir sosyal ağdır. Türkçe olarak hizmet veren sitenin amacı internetteki içeriği daha anlamlı ve kullanışlı hale getirmektir.

### **2.2.5.3. Myspace**

MySpace, interaktif ortamda kullanıcı kontrolünde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal iletişim web sayfasıdır. Arkadaşlarınızın arkadaşlarıyla tanışmanızı sağlayan online bir topluluktur. Myspace’de bir topluluk oluşturularak, fotoğraflar, yazılar ve ilgi alanları arkadaş çevresiyle paylaşılabilir. Kimin kiminle arkadaş olduğunu ve birbirlerini nasıl tanıdıklarını incelenebilmektedir.

### **2.2.5.4. Linkedn**

Linkedn iş dünyasındaki kişilerin diğer kişilerle iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan profesyonel sosyal paylaşım platformudur. Dünyanın her yerinden profesyonellerin oluşturduğu 150 sanayi ve 200 ülkeyi temsil eden bir sosyal ağ konumundadır. Hedeflere ulaşmak için çalışılması gereken nitelikli profesyonellerle işbirliğini kullanıcılarına sunmaktadır.



### **3. MATERYAL VE YÖNTEM**

Bu bölümde, Araştırma Yöntemi, Evren, Örneklem, Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi bulunmaktadır.

#### **3.1. Araştırma Yöntemi**

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama araştırması kullanılmıştır. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan yaklaşımlardır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanır (Karasar, 2015).

Araştırmada sosyal medya kullanımı ile ilgili geliştirilen tutum ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekle katılımcıların sosyal medya kullanımının öğrenmelerine etkisini ölçmek amaçlanmıştır. Aynı zamanda üniversite, sınıf düzeyi, yaş, cinsiyet, akademik ortalama, internette ve sosyal medyada harcanan süre, faktörlerinin sosyal medyada öğrenmelerine karşı tutumları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

#### **3.2. Araştırma Grubu**

Araştırmanın çalışma grubunu 2014-2015 Eğitim-Öğretim yılında Erzincan, Erzurum, Ağrı ve Bayburt'taki üniversitelerin Eğitim Fakültesi Fen Bilgisi Öğretmenliği Anabilim Dalı'nda eğitim gören toplam 517 öğrenci oluşturmaktadır.

Örneklem alınan öğrencilerin üniversite, sınıf düzeyi, yaş, cinsiyet, akademik ortalama, internette ve sosyal medyada harcanan süre dağılımlarını gösteren tablolar aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 3.1.** Eğitim Fakültesi bazında örneklem içerisinde yer alan üniversitelerdeki lisans öğrencilerinin sayıları ve yüzdelik oranları

ÜNİVERSİTE	N	%
Erzincan Üniversitesi	219	42,4
Atatürk Üniversitesi	173	33,5
İbrahim Çeçen Üniversitesi	67	12,9
Bayburt Üniversitesi	58	11,2

**Tablo 3.2.** Örneklemdeki öğrencilerin cinsiyete göre dağılımları

CİNSİYET	N	%
Kız	346	66,9
Erkek	171	33,1

**Tablo 3.3.** Örneklemdeki öğrencilerin yaşlarına göre dağılımı

YAŞ	N	%
18-19	66	12,8
20-21	200	38,6
22-23	195	37,8
24 ve üzeri	56	10,8

**Tablo 3.4.** Örneklemdeki öğrencilerin öğrenim gördüğü sınıfa göre dağılımı

<b>SINIF</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1	78	15,1
2	104	20,1
3	150	29,1
4	185	35,7

**Tablo 3.5.** Örneklemdeki öğrencilerin ağırlıklı genel not ortalamalarına göre dağılımı

<b>AGNO</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1-1.99	26	5,1
2-2.99	394	76,2
3-4	97	18,7

**Tablo 3.6.** Örneklemdeki öğrencilerin internette geçirdikleri süreye göre dağılımı

<b>İNTERNETTE GEÇİRİLEN SÜRE</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1 saat	147	28,4
2 saat	138	26,6
3 saat	111	21,5
Diğer	121	23,5

**Tablo 3.7.** Örneklemdaki öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süreye göre dağılımı

<b>SOSYAL MEDYADA GEÇİRİLEN SÜRE</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1 saat	188	36,3
2 saat	102	19,7
3 saat	89	17,3
Diğer	138	26,7

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen Sosyal Medya Kullanım Ölçeği kullanılmıştır.

Karasar (2015)'a göre bir ölçme aracı aşağıdaki aşamalar sonucunda geliştirilmektedir.

1. Madde havuzu aşaması
2. Uzman görüşü aşaması
3. Ön değerlendirme aşaması
4. Faktör analizi aşaması
5. Güvenirlilik hesaplama aşaması

Bu aşamaları kısaca şu şekilde özetleyebiliriz.

#### 3.3.1. Madde havuzu aşaması

Ölçeğin geliştirilmesinde ilk olarak sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir. Sosyal medyadaki öğrenme içeriklerinin neler olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra bu çalışmalar doğrultusunda madde havuzu oluşturulmuştur. Ölçek maddelerinin olumlu ifadeler içermesine, tek yargı belirtmesine, açık ve anlaşılır olmasına dikkat edilmiştir. Çalışma sonucunda 30 maddelik beşli-Likert tipinde ölçek hazırlanmıştır.

### **3.3.2. Uzman görüşü aşaması**

Hazırlanan ölçeğin öncelikle kapsam (içerik) geçerliğine sahip olması amaçlanmıştır. Kapsam geçerliği açısından yeterliliğini incelemek amacıyla uzman görüşüne başvurularak ölçme aracında bulunan maddelerin ölçme aracına uygun olup olmadığının belirlenmesi istenmiştir. Yapılan çalışmada öğretim üyeleri, yüksek lisans öğrencileri ve fen eğitimcilerinin görüşleri alınmıştır. Hazırlanan ölçek maddelerinin öğrenmede sosyal medya kullanımına yönelik tutumları ölçüp ölçmediğini ve dilbilgisi ve anlaşılabilirliği uzman görüşleri ile değerlendirilmiştir. Uzman görüşleri sonucunda toplam 30 maddeden oluşan madde havuzu tutum maddesi olarak seçilmiştir. Böylece geliştirilmek istenen ölçeğin kapsam geçerliği sağlanmaya çalışılmıştır.

### **3.3.3. Ön deneme aşaması**

Ön deneme için 26 olumlu ve 4 olumsuz ifadeden meydana gelen toplam 30 madde, taslak ölçek haline getirilmiştir. Ölçekteki maddeler, beşli-Likert tipinde oluşturulmuş ve kişilerin maddelere katılma dereceleri; 1 “Kesinlikle Katılmıyorum”, 2 “Katılmıyorum”, 3 “Kararsızım”, 4 “Katılıyorum” ve 5 “Tamamen Katılıyorum” şeklindedir. Öğretmen adaylarının vermiş olduğu cevapların puanlanmasında, hem olumlu maddeler hem de olumsuz maddeler için 1, 2, 3, 4, 5 şeklinde bir puanlama biçimi göz önüne alınmıştır. Ancak olumsuzlar daha sonra ters çevrilerek puanlanmıştır. Geliştirilen taslak ölçeğin deneme uygulaması Kasım 2013’de

Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Fen Bilgisi Öğretmenliği Anabilim Dalı'nda öğrenim gören toplam 80 öğrenciye uygulanmıştır.

### 3.3.4. Faktör analiz aşaması

Yapılan çalışmada ölçeğin yapı geçerliği incelenmiştir. Faktör Analizinin yapılabilmesi için ön koşul olan Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ve Barlett testi yapılmış ve sonuçları Tablo 3.8'de verilmiştir.

**Tablo 3.8.** Ölçeğin Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm ve Barlett's Test Sonuçları

<i>Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm Değer Yeterliği</i>	=	0.776		
Barlett Testi Yaklaşık Ki-Kare Değeri =		500.719	sd = 136	p = 0.000*

\*p<0.001

Kaiser-Mayer-Olkin (KMO), örneklemin ve ölçek maddeleri arasındaki korelasyonun uygunluğu ile ilgili bir büyüklüktür. Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) değerlerinin 0.60'ın üzerinde olması kabul edilebilir bir değerleri içermektedir. Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) değerlerinin yüksek çıkması, Barlett değerlerinin de yüksek çıkmasına neden olacaktır. Her ikisinin yüksek değere sahip olması faktör analizinin uygulanabilirliğini ve maddeler arasındaki korelasyon değerlerinin büyük olduğunu gösterecektir (Şeker vd, 2004). Ölçeğin Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) değerinin 0.776 Barlett testi anlamlılık değerinin p<0.001 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu değerler faktör analizinin uygulanabilirliğini ve maddeler arasındaki korelasyonun anlamlı olduğunu göstermektedir. (Bozdoğan, 2009)

### 3.3.5.Güvenirlik hesaplama aşaması

Güvenirlik hesaplama aşamasında ölçeğin iç tutarlılığını test etmek amacıyla hem alt-üst grup ortalamaları farkına dayalı madde analizi hem de korelasyona dayalı madde analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda ölçekle ölçülmek istenen durumun ölçülmesine çok az katkıda bulduklarına karar verilen toplam 12 madde çıkarılmıştır.

**Tablo 3.9.** Ölçek Maddelerinin Asal Eksenlere Göre Döndürülmüş Temel Bileşenler Analizi Sonucundaki Faktör Yük Değerleri

Madde	Faktör Numarası			
	1	2	3	4
Madde 29	,797			
Madde 22	,692			
Madde 23	,686			
Madde 27	,611			
Madde 11	,539			
Madde 04		,801		
Madde 01		,729		
Madde 06		,684		
Madde 07		,598		,401
Madde 09			,775	
Madde 08			,733	
Madde 05		,543	,567	
Madde 03			,491	
Madde 10			,444	
Madde 17				,677
Madde 14				,672
Madde 02			,487	,493

Maddelerin 1. faktör yük değerlerinin 0.539-0.797 arasında değiştiği görülmüştür. Döndürme işleminden sonra ölçek dört boyutlu olarak görülmektedir. Özdeğer-Faktör grafiğinde de görüldüğü gibi en hızlı düşüş 1. faktördedir..

Ölçekteki maddelerin toplam varyans değerleri incelendiğinde ise analize alınan 18 maddenin öz değeri 1'den büyük olan 4 faktör altında toplandığı görülmektedir. Ölçeğinin güvenilirliği ile ilgili olarak Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı  $\alpha = 0.87$  olarak bulunmuştur.

### **3.4. Verilerin Toplanması**

Bu çalışmada verilerin toplanması ‘‘Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (Ek: 1)’ nin araştırma grubuna 20 dakikalık bir süre içerisinde uygulanması şeklinde hazırlanmıştır.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Araştırmada kullanılan veri toplama aracından (ölçek) elde edilen verilerin çözümlenmesi SPSS 15 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan ölçek örneklemdaki öğretmen adaylarına uygulandıktan sonra her bir ölçek kâğıdı tek tek incelenmiş ve uygun olarak cevaplanmayan ölçek kâğıtları değerlendirme dışı bırakılmıştır.

Ölçekteki veriler, tek tek bilgisayar ortamında SPSS 15,0 paket programı kullanılarak işlenmiş, cevapların frekans ve yüzdeleri hesaplanmıştır. Ayrıca lisans düzeyindeki öğrencilerin ölçekte yer alan faktörlere göre değerlendirme görüşlerinin karşılaştırılmasında bağımsız t-testi, One-Way Anova, Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır.

Toplanan veriler, tablolar halinde gösterilmiştir.

## **4. ARAŞTIRMA BULGULARI**

Bu bölümde elde edilen veriler çeşitli yöntem ve teknikler kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler sonucunda elde edilen bulgular, araştırmanın alt problemlerine göre sunulmuştur. Toplam tutum puanları göz önünde tutularak üniversite, sınıf faktörleri ilgili analizlerde One-Way Anova testi; yaş, akademik ortalama ile ilgili



analizlerde Pearson Korelasyon testine, cinsiyet faktöründe ise MannWhitney U testi analizi sonuçlarına göre yapılmıştır.

#### 4.1. Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Tutumları

Kız öğrencilerin tutumları  $\bar{X} = 64,4$  iken erkek öğrencilerin tutum puanları  $\bar{X} = 60,2$  olarak bulunmuştur. Yapılan Levene testi sonucunda varyansların homojen olmadığı görüldü. Bu nedenle namparametrik testlerden Mann-Whitney U testi kullanıldı. Tablo 4.1.'de öğrencilerin cinsiyete göre sosyal medya tutumlarını Mann-Whitney U sonuçları verilmiştir.

**Tablo 4.1.** Sosyal medya tutumunun cinsiyete göre Mann-Whitney U-testi sonucu

Grup	n	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	U	p
Kız	347	273,3	94854	24861	.003
Erkek	171	231,3	39567		

Tablo 4.2. incelediğinde kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya tutumları arasında anlamlı bir fark olduğu gözlenmiştir. Sıra ortalamalarına bakıldığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre tutumlarının yüksek olduğu gözlenmiştir. Bu bulgu, sosyal medyada öğrenme durumlarının kız öğrenciler üzerinde daha etkili olduğunu gösterir.

#### 4.2. Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Tutumları

Öğrencilerin yaş aralıklarına göre tutum puanları ortalamalarına bakıldığında; 18-19 yaş aralığı  $\bar{X} = 63.5$ , 20-21 yaş aralığı  $\bar{X} = 62.4$ , 22-23 yaş aralığı  $\bar{X} = 64.6$ , 24 yaş ve üzerindeki öğrencilerin ise  $\bar{X} = 60.4$  olarak görülmektedir. Ortalamalar birbirine yakın olmakla beraber, en fazla ortalamaya 22-23 yaşındaki öğrenciler olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin yaş değişkenine göre sosyal medya tutumlarını inceleme amaçlı Pearson Korelasyon testi kullanıldı. Test sonuçlarına tablo 4.2. de yer verilmiştir.

**Tablo 4.2.** Yaş değişkenine bağlı olarak öğrencileri sosyal medya kavramına karşı tutumlarına ilişkin korelasyon analizi sonuçları

		Tutum	YAŞ
TUTUM	Korelasyon	1	,012
	Sig.		,783
	N	518	518
YAŞ	Korelasyon	,012	1
	Sig.	,783	
	N	518	518

Tablo 4.2. incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarıyla yaşları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.  $r=0.012$ ,  $p<.01$ . Buna göre yaş ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişki yok denecek kadar azdır. Öğrencilerin sosyal medya tutumlarını yaş değişkeni herhangi bir biçimde etkilememektedir.

### 4.3. Öğrenim Gördüğü Üniversite Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Tutumları

Dört farklı üniversiteden araştırma kapsamına alınan öğrencilerin ortalamalarına bakacak olduğumuzda Erzincan Üniversitesi  $\bar{X}=63.7$  Atatürk Üniversitesi  $\bar{X}=66.03$ , İbrahim Çeçen Üniversitesi  $\bar{X}=64.1$ , Bayburt Üniversitesi ise  $\bar{X}=62.1$  dir. Sosyal medya tutumlarını incelemek amacıyla da one-way ANOVA testi seçilmiştir ve aşağıda verilen sonuçlar elde edilmiştir.

**Tablo 4.3.** Öğrenim gördüğü üniversite değişkenine bağlı olarak öğrencilerin sosyal medya kavramına göre ANOVA sonuçları

	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	874,592	3	291,531	1,667	,173
Grup içi	89866,785	514	174,838		
Toplam	90741,376	517			

Öğrenim gördüğü üniversite değişkenine bağlı olarak sosyal medya kavramına karşı tutumlarına ilişkin görüşleri alınan öğrencilerin, öğrenim gördüğü üniversite durumlarına göre tutumları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığına One-way Anova testi yapılarak anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmektedir  $F(3, 514)=1.667$ ,  $p<.01$ . Bu bulgu, öğrencilerin sosyal medya kavramına karşı tutumlarına ilişkin görüşlerini, öğrenim gördükleri bölümlerin etkilemediği yönünde yorumlanabilir.

#### 4.4. Sınıf Seviyesi Yönüyle Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Tutumlar

**Tablo 4.4.** Öğrencilerin sınıf seviyesine göre sosyal medya tutumlarının betimsel istatistiği

Sınıf	N	$\bar{X}$
1	57	60,5
2	98	61,2
3	145	64,1
4	218	63,8

Ağırlıklı olarak son sınıf öğrencileri olmak üzere, 1. Sınıftan 4. Sınıfa kadar tüm kademelere uygulanan tutum ölçeğinde, tutum puanlarının birbirlerine yakın olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medya tutumlarının sınıf değişkenine bağlı olup olmadığını ölçmek amacıyla One-way Anova testi yapılmıştır. Test sonuçlarına Tablo 4.5.'de yer verilmiştir.

**Tablo 4.5.** Sınıf değişkenine göre ANOVA sonuçları

	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	1001,831	3	333,944	1,913	,126
Grup içi	89739,54 6	514	174,591		

Toplam	90741,37	517			
	6				

Yapılan One-way Anova testi sonucunda öğrencilerin sınıf seviyeleri değişkenine bağlı olarak sosyal medya kavramına ilişkin tutumları arasında  $F(3,514)=.126$ ;  $p>.05$ . düzeyinde anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmektedir. Bu bulgu, lisans öğrencilerinin sosyal medya kavramına karşı tutumlarına ilişkin görüşlerini, sınıf düzeylerinin etkilemediği yönünde yorumlanabilir.

#### 4.5. Öğrencilerin Ağırlıklı Genel Not Ortalamaları (AGNO) ile sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları

Öğrencilerin, dörtlük sistem üzerinden not ortalamalarının  $\bar{X} = 2,58$ , tutum puanlarının ise  $\bar{X} = 63,05$  olduğu görülmektedir. Sonuçlar Tablo 4.7.'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.6.** Öğrencilerin AGNO'ları ile sosyal medya tutum puanlarına ilişkin istatistik sonuçları

	$\bar{X}$	SS	N
Tutum puan	63,0560	13,24822	518
AGNO	2,5895	,45266	518

Öğrencilerin akademik ortalamaları ile sosyal medya tutum puanlarını karşılaştırmak amacıyla Pearson Korelasyon testi uygulanmış, Tablo 4.8.'de sonuçlarına yer verilmiştir.

**Tablo 4.7.** Öğrencilerin akademik ortalamaları ile sosyal medya tutum puanlarını amacıyla Pearson Korelasyon testi

		Tutum puan	AGNO
Tutum puan	Pearson Correlation	1	,082
	Sig. (2-tailed)		,062
	N	518	518
AGNO	Pearson Correlation	,082	1
	Sig. (2-tailed)	,062	
	N	518	518

Yapılan Pearson Korelasyon testi sonucunda öğrencilerin AGNO'ları ile sosyal medya tutumu arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür,  $r=0,082$ ,  $p<.01$ . Bu durumda öğrencilerin not ortalamaları sosyal medya kullanımları üzerinde bir etkisi yoktur denilebilir.

#### **4.6. Öğrencilerin İnternette Geçirdikleri Süre İle Sosyal Medyada Kaldığı Süreyi Göz Önünde Bulundurarak, Sosyal Medyayı Kullanmalarına İlişkin Tutumlar**

Öğrencilerin günlük internete girme sürelerinden; 1 saat girenlerin ortalama puanları  $\bar{X} = 62.7$ , 2 saat girenlerin ortalaması  $\bar{X} = 62.5$ , 3 saat girenlerin ortalaması  $\bar{X} = 65.5$ , 4 saat ve üzeri girenlerin ortalaması ise  $\bar{X} = 61.8$  olarak bulunmuştur. Genel olarak ortalamalar birbirine yakın olsa da, internette 4 saatten daha fazla zaman geçirenlerin puan ortalamalarının daha düşük olduğu görülmektedir.

Sosyal medyayı kullanma sürelerine göre bakacak olursak; günde 1 saat kullananlar  $\bar{X} = 62.1$ , 2 saat kullananlar  $\bar{X} = 63.2$ , 3 saat kullananlar  $\bar{X} = 65.4$ , 4 saat ve üzeri kullananlar ise  $\bar{X} = 62.8$  dir.

Öğrencilerin sosyal medyada kaldıkları süre ile internette geçirdikleri süreyi incelemek için çok değişkenli istatistiklerden MANOVA analizi yapılmıştır. Tablo 4.8'da ise sonuçlarına yer verilmiştir.

**Tablo 4.8.** Öğrencilerin internette geçirdikleri süre ile sosyal medyada kaldıkları süreye göre tutum puanları

Değişken		Ortalamalar Toplamı	sd	Karelerin Ortalaması	F	p
Faktör	Hipotez	177274,072	1	177274,072	1150,607	,000
	Hata	27658,378	179,518	154,070(a)		
internetsüre * smksüre	Hipotez	2764,719	9	307,191	1,766	,072
	Hata	87129,213	501	173,911(b)		
internetsüre	Hipotez	319,349	4	79,837	,338	,850
	Hata	5722,959	24,240	236,092(c)		
smksüre	Hipotez	233,588	3	77,863	,288	,833
	Hata	3602,236	13,333	270,180(d)		

\*sosyal medyada kaldıkları süre

Yapılan analiz sonucunda  $r=0,72$ ,  $p>,05$  olduğundan anlamlı bir fark görülmemektedir. Öğrencilerin internette geçirdikleri süre ile sosyal medyada harcadıkların sürenin sosyal medya tutumlarına bir etkisi yoktur.

#### 4.7. Öğrencilerin Sınıf Seviyeleri Göz Önünde Bulundurarak Sosyal Medyada Kaldıkları Süre İle Sosyal Medya Tutumları Arasında Öğrenmelerine Yönelik Tutumları

**Tablo 4.9.** Öğrencilerin sınıf seviyelerine göre sosyal medyada kaldıkları süre ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi gösteren ANOVA sonuçları

	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	306,874	3	102,291	,581	,627
Grup içi	90434,503	514	175,943		
Toplam	90741,376	517			

Yapılan analizler sonucu öğrencilerin sınıf seviyeleri değişkenine bağlı olarak sosyal medyada geçirdikleri süre ile sosyal medya kavramına ilişkin tutumları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığına One-way Anova testi yapılarak,  $F(3,514)=.627$ ;  $p>.05$ . düzeyinde anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmektedir. Bu bulgu, lisans öğrencilerinin sosyal medya kavramına karşı tutumlarına ilişkin görüşlerini, sınıf düzeylerinin ve sosyal medyada kaldıkları sürenin etkilemediği yönünde yorumlanabilir.



## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, bulgulardan elde edilen sonuçlar verilmiş ve araştırmacılara gelecekte yardımcı olacağını düşündüğümüz öneriler sunulmuştur.

### 5.1. Sonuçlar

Bu çalışma kapsamında sosyal medyada öğrenme ile ilgili tutum ölçeği geliştirilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerin temel bileşenler analizi sonuçları incelenmiş ve 18 maddeden oluşan ölçek maddelerinin, faktör yük değerlerinin 0.471 ve üzerinde olduğu görülmüştür. Bu bulgular da, ölçeğin tutumu ölçmeye yönelik olarak tek faktörde incelenebileceğini göstermiştir. Ölçeğinin güvenilirliği ile ilgili olarak Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı  $\alpha = 0.87$  olarak bulunmuştur.

Öğrencilerin tutum puanlarıyla, cinsiyet, okudukları üniversite, sınıf, yaş, akademik ortalama ve sosyal medyada geçirdikleri süre faktörlerinin anlamlı farklılık durumları incelenmiştir. Bu çalışmada elde edilen verilerden, geliştirilen ölçeğin öğrenme ortamı olarak sosyal medya kullanımına karşı tutumu ölçmede güvenle kullanılabilceğini göstermiştir. Üniversite, sınıf, yaş, akademik ortalama gibi faktörler ele alındığında öğrenciler arasında anlamlı bir fark oluşmazken, sadece cinsiyet faktörüne göre değişkenlik göstermiştir.

#### 5.1.1. Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sonuçlar

Ölçekten elde edilen sonuçlara göre kız öğrencilerin sosyal medya tutumlarının erkek öğrencilerin tutumlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Kız öğrencilerin sosyal medyayı öğrenme amaçlı kullanımlarının erkek öğrencilere göre

daha fazla olduğu söylenebilir. Bu duruma neden olarak eğitim fakültelerinde kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre, derslerine karşı daha ilgili olduğundan sosyal medyadaki öğrenme içeriklerine karşı da daha ilgili oldukları söylenebilir. Kız öğrenciler sosyal medyada vakitlerini, derslerine ek öğrenme amaçlı olarak değerlendirmektedirler.

Erkek öğrencilerle karşılaştırıldığında, bayan öğrencilerin çevrimiçi sosyal ağ sitesi kullanımını bilgi ihtiyaçlarını karşılamak, detaylı ve geniş kapsamlı bilgiye ulaşmak gibi unsurlar daha çok etkilemektedir. Ayrıca, bayan öğrenciler diğer kişilerle iletişim kurmak, bilgi paylaşmak ve sosyal ilişkilerini devam ettirmek gibi unsurlarla, çevrimiçi sosyal ağ sitesi kullanımında daha çok motive olmaktadır (Ada vd., 2013).

### **5.1.2. Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sonuçlar**

Yaş faktörüne bakıldığında değişkenler arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Buna neden olarak ise araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yaşlarının birbirine yakın olması olabilir. Yaş aralığı daha geniş alınsaydı farklı sonuçlar elde edilme olasılığı artabilirdi.

Argın (2013) 'ın ortaokul ve lise öğrencileri üzerinde yapmış olduğu çalışmada; ortaokulda öğrenim gören öğrencilerin lisede öğrenim gören öğrencilere göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu durumun internetin evlerde kullanımının yaygınlaşması ile internet ve sosyal medya kullanımının küçük yaşlarda başlamasından ve bu yaş grubunda daha fazla merak ve ilgi uyandırmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

### **5.1.3. Öğrenim Gördüğü Üniversite Değişkenine Bağlı Olarak Öğrencilerin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sonuçları**

Araştırmaya katılan dört farklı üniversite öğrencilerinin sosyal medyada öğrenme tutumları arasında farklılık gözlenmemektedir. Çünkü internet erişimi, sosyal medyanın eğitsel amaçlı kullanımı gibi durumlarda fırsat eşitliği söz konusudur. Her coğrafyadan öğrenciler aynı imkânlarla kolay bir şekilde erişimi sağlamaktadır. Ayrıca kurumların, üniversite erişimlerinin ve GSM operatörlerinin tüketiciye sunduğu imkânların artması internet erişimini kolaylaştırmaktadır. Farklılık göstermemesinin bir diğer sebebi de, araştırma kapsamındaki üniversitelerin aynı coğrafi bölgede yer almalarıdır. Bu üniversitelere alınan öğrencilerin giriş puanlarının, yüzdelerinin birbirlerine yakın olması da söylenebilir.

### **5.1.4. Sınıf Seviyesi Yönüyle Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Sonuçları**

Sınıf seviyelerine göre sosyal medya tutumlarının farklı çıkmamasının sebebi yine yaş faktörüne paralel olarak, alınan değişkenlerin birbirine yakın olması gösterilebilir. 1. Sınıf öğrencisi de sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanırken, 4. Sınıf öğrencisi de sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanmaktadır. Burada verilen araştırma konularına erişimin internet üzerinden daha kolay olması farklı sınıf seviyelerinde dahi kullanımın aynı olmasına neden olmaktadır. Öğrenciler eğitim materyali olarak sosyal medyayı kullanmakta, bilgiye bu yolla daha kolay ulaşabilmektedir.

Argın (2013)'ın ortaöğretim öğrencilerine uygulamış olduğu sosyal medya tutum ölçeğine göre ise sınıf seviyelerinde anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları puanların sınıf düzeyi yükseldikçe azalış gösterdiği tespit edilmiştir. Bu bulgular ışığında lise öğrencilerin sınıf düzeylerinin yükselmesiyle, ters orantılı olarak sosyal medyaya ilişkin tutumlarının azaldığı söylenebilir.

### **5.1.5. Öğrencilerin Ağırlıklı Genel Not Ortalamaları (A<sub>gno</sub>) İle Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Sonuçları**

Öğrencilerin sosyal medya tutumları incelenirken akademik ortalamalarına göre bakıldığında ise yine anlamlı bir fark olduğu görülmemektedir. Eğitim amaçlı sosyal medya kullanımının öğrencilerin akademik ortalamalarına göre değişkenlik gösterdiği söylenemeyeceği gibi, sosyal medyada yararlanılan eğitim olanaklarının öğrencilerin akademik ortalamalarına etki etmediği şeklinde de yorumlanabilir. Akademik ortalama ve sosyal medya kullanımı arasında farklılık bulunmaması, gerek akademik araştırma, gerekse diğer sosyal aktiviteler açısından tüm öğrencilerin aynı oranda gereksinimi olduğunu göstermektedir.

### **5.1.6. Öğrencilerin İnternette Geçirdikleri Süre İle Sosyal Medyada Kaldığı Süreyi Göz Önünde Bulundurarak, Sosyal Medyayı Kullanmalarına İlişkin Sonuçları**

İnternette geçirilen süre ile sosyal medyada kaldığı süre arasında anlamlı bir farklılık oluşmamıştır. Öğrencilerin internette geçirdikleri sürenin önemli bir kısmını sosyal medya da geçirmektedir. Öğrencilerin günlük internet kullanımları giderek artmakta, internete bağımlı hale geldikleri görülmektedir. İnternette geçirdikleri vakitlerinin büyük bir kısımlarını ise sosyal ağlarda geçirmektedirler. Sosyal ağlar özellikle öğrenciler için bir yaşam biçimi haline gelmeye başlamıştır. Bu nedenle sosyal ağların, eğitim amaçlı kullanımı sağlandığında, öğrencilerin bilgiye kolayca erişebilmesi, keyifli öğrenme ortamı sağlanması, öğrenilen bilgilerin kalıcılığı artması gibi durumlar sağlanmış olur. Sosyal medya ile öğrenciler tekrar yapabilme, istediği yerden bilgiye erişebilme ve bilgiyi paylaşabilme olanağına sahip olurlar. Bu durum bilginin yapılandırmasını sağlar. Aynı zamanda öğrencilerin başarılarının artması ve günümüz toplumunda sosyalleşme imkânı yaratması açısından da oldukça önemlidir.

### **5.1.7. Öğrencilerin Sınıf Seviyeleri Göz Önünde Bulundurarak Sosyal Medyada Kaldıkları Süre İle Sosyal Medya Tutumları Arasında Öğrenmelerine Yönelik Sonuçları**

Öğrencilerin sınıf seviyeleri ve sosyal medyada kaldıkları süre bakımından anlamlı bir fark oluşmamıştır. Örneklemdaki öğrenci yaş grubunun yakın olması sınıf seviyeleri açısından önem arz etmemektedir. Öğrencilerin her seviyede ve aynı oranda sosyal medyayı takip etmeleri belli bir farkın ortaya çıkmasını engellemektedir. Ayrıca sosyal medya üzerinden eğitici faaliyetlerin paylaşılması, her sınıf seviyesinde bunun bir ihtiyaç olması farkın oluşmamasından bir etken olabilir.

Bilgiye erişimin daha kolay olduğu günümüzde, internetin etkisi yadsınamaz. İnternette geçirilen sürenin büyük bir kısmı sosyal medya da olmaktadır (Friedman and Friedman, 2014). Etkili bir iletişim ortamına dönüştürülmesi ile sosyal medya iyi bir eğitim ortamı olarak kullanılabilir. Fakat bu popüleriteye rağmen öğrenciler tarafından eğitim amaçlı Facebook kullanımı yeterli düzeyde değildir (Sánchez *et al.*, 2014). Üniversite öğrencileri arasında yaygın bir şekilde kullanılan sosyal ağların öğretim üyesi bloglarının takibi, kurumsal bilgilerin takip edilmesi, ödev alışverişi v.b. konularda daha yaygın kullanılması etkili kullanım açısından önemlidir.

Sosyal medyanın bir öğretim materyali olarak kullanılması, yapılandırmacı yaklaşıma uygun bir biçimde, öğrenciyi merkeze alan, her öğrencinin bireysel farklılıklarına göre eşit imkânlarda kolaylıkla yararlanılabileceği bir eğitim ortamı oluşturulmasında önemli bir yer tutar. Öğretmen adaylarının sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanması eğitsel faaliyetler açısından önemli olduğu kadar, geleceğin öğretmenleri olmaları yönüyle de önemlidir. Eğitim ve öğretimin önemli olan unsuru öğretmenler de, sosyal medyadaki eğitim imkânlarından etkili bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Sosyal medya üzerinden öğretmenler; meslektaşlarıyla

bilimsel tartışmalar yapabilir, fikir paylaşımında katılabilir, ödev kalitesini artıracak farklı etkinlikler bulabilir ve ders materyali olarak kullanabileceği görsel öğelere kolayca ulaşabilir. Ayrıca sosyal medya ile öğrenci-öğrenci, öğrenci-öğretmen arasında ders dışı iletişim ve etkileşim gerçekleştirilerek, iletişimin sürekliliği sağlanabilir.

## 5.2. Öneriler

Bu bölümde, araştırmadan elde edilen bulguların ortaya çıkardığı sonuçlar göz önünde bulundurularak, konu ile ilgili öneriler şu şekilde sıralanabilir;

1. Sosyal medyada öğrenmeyle ilgili birçok faaliyet bulunmaktadır. Öğrencilerin her gün kullandıkları bu sosyal medya ağlarının eğitimde etkili kullanımı sağlanarak, eğitim açısından bir fırsata dönüştürülebilir.
2. Hem öğrenciler hem de öğretmenler, öğrenme ve öğretme süreçlerine ek bir kaynak olarak sosyal medya ortamlarını kullanabilirler. Böylelikle kendi öğrenme yöntemlerine uygun bir şekilde, keyifli, kalıcı öğrenmeler sağlanabilir.
3. Öğrencilerin öğretmenlerle sosyal medya üzerinden iletişimlerini artırılarak, ödev, video, soru, test, not vb. paylaşımları sağlanabilir. Aynı zamanda sınıf ortamında aktif olamayan öğrencilerin sosyal medya üzerinde aktif olması sağlanarak, derste sormadıkları sorunun öğretmeni tarafından cevaplanarak geri bildirim yapılması ve böylelikle dersten geri kalan öğrencilerin bu eksikliklerini kapatması sağlanır.

4. Milli Eğitim Bakanlığı'nın program geliştirme çalışmalarında sosyal medyaya bir eğitim aracı olarak müfredatta yer vermelerinin yararlı olacağı düşünülmektedir.
5. Öğrencilerin zamanlarının büyük çoğunluğunun sosyal medya ağlarında geçirmelerinin olumsuz etkilerinin de olabileceği göz önünde bulundurularak gereken önlemler alınmalıdır.
6. Bu araştırma doğu illerindeki birkaç üniversitede eğitim gören öğrencilerle gerçekleştirildiğinden, sosyal medya tutum ölçeği kullanılarak farklı örneklem gruplarında araştırmalar yapılabilir.
7. Bu araştırmada yer verilemeyen ancak öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarını etkileyebileceği düşünülen farklı değişkenleri içeren maddeler yazılabilir.
8. Araştırma fen bilgisi öğretmenliği öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiş olduğundan, farklı bölümlerdeki hatta farklı yaşlardaki öğrenci gruplarına uygulanarak sosyal medyaya ilişkin tutumlarına bakılabilir.
9. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları hakkında, derinlemesine bilgi edinebilmek için nitel araştırmalar tasarlanabilir.

## KAYNAKLAR

Ada, S., Çiçek, B. ve Kaynakyemiş, G., “Çevrimiçi sosyal ağ sitesi kullanımını etkileyen motive edici faktörler üzerine bir araştırma”, **Academic Informatics Conference**, Antalya (2013).

Akgündüz, D., “Fen eğitiminde harmanlanmış öğrenme ve sosyal medya destekli öğrenmenin öğrencilerin başarı, motivasyon, tutum ve kendi kendine öğrenme becerilerine etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü**, İstanbul (2013).

Akar, E. “Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web’de Pazarlama Stratejileri”, **Efil Yayınevi**, Ankara (2010).

Alias, N., Razak, S., elHadad, G. and Muniandy, P., “A content analysis in the studies of YouTube in selected journals”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 10-18 (2013).

Altun, A., “Yapılandırmacı öğretim sürecinde viki kullanımı”, **8. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansı**, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir (2008).

Altunay, M.C., “Gündelik yaşam ve sosyal paylaşım ağları: Twitter ya da ‘pıt pıt net’”, **Galatasaray Üniversite İletişim Dergisi**, 31-56 (2010).

Argın, F., “Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının incelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, **Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul (2013).



Aslan, P. , “Halkla ilişkilerde yeni eğilimler: Sosyal Medya”, Yüksek Lisans Tezi, *Marmara Üniversitesi*, İstanbul (2011).

Benzer, E., “Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyayı Kullanım Amaçlarını İncelenmesi”, *Eurasian Journal of Educational Research*, 149-170 (2012).

Biçen, H., Cavus, N., “Social network sites usage habitsof undergraduate students: casestudy of Facebook”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 943 – 947 (2011).

Bindak, R., “Tutum ölçeklerine madde seçmede kullanılan tekniklerin karşılaştırılması”. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 6 (10), 17-26 (2005).

Bostancı, M., “Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları”, Yüksek Lisans Tezi, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Kayseri (2010).

Boyd, D. M. & Ellison, N. B., “Social network sites: Definition, history, andscholarship”, *Journalof Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230 (2008).

Bozdoğan, A.E., “Bir küresel ısınma tutum ölçeğinin geliştirilmesi”, *Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2-1 (2009).

Bozylmaz, B. ‘4. ve 5. Sınıf Fen ve Teknoloji Dersi Öğretim Programının Bilim Okur-Yazarlığı Açısından Analizi’ Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi (2005).

Buzetto-More, N., “Social networking in undergraduate education”. *Interdisciplinary Journal of Information*, 63-90 (2012).

Büyüköztürk, Ş., “Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. 32, 470-483 (2002).

Büyüköztürk, Ş., “Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı”, *Pegema Yayıncılık*. Ankara (2003).

Chen, B. and Bryer, T., “Investigating Instructional Strategies for Using Social Media in Formal and Informal Learning”, *The International Review of Research in Open and Distance Learning*, 87-104 (2012).

Çepni, S., Araştırma ve Proje Çalışmalarına Giriş (4. Baskı). Trabzon: *Celepler Matbaacılık*. (2009).

Çetin, E., “Sosyal iletişim ağları ve gençlik. Facebook örneği”, *Uluslararası Davraz Bildiri Kitabı*, Isparta (2009).

Deperlioğlu, Ö. ve Köse, U., “Web 2.0 Teknolojilerinin Eğitim Üzerindeki Etkileri ve Örnek Bir Öğrenme Yaşantısı”, *Akademik Bilişim*. Muğla Üniversitesi (2010).

Dikme, G., “Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları”, Yüksek Lisans Tezi, **Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul (2013).

Doğan, D., Duman, D. ve Seferoğlu, S., “Akademik Bilişim’11 - **XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, İnönü Üniversitesi, Malatya**, (2011).

Friedman, L. W., and Friedman, H. H. Using social media technologies to enhance online learning. **Journal of Educators**, 10(1), 1-22. (2013).

George, D., Dreibelbis, T., & Aumiller, B., “How we used two social media tools to enhance aspects of active learning during lectures”, **Social media tools in lectures**, 985-988 (2013).

Grossek, G. and Holotescu, C., “Can we use twitter for educational activities”, **The 4. International Scientific Conference, Bucharest** (2008).

Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, R.O., “**Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı**”, **XV. Türkiye’de İnternet Konferansı. İstanbul Teknik Üniversitesi**, (2010).

Hamat, A., Embi, M.A., & Hassan, H., “The use of social networking sites among Malaysian University students”, **International Education Studies**,56-66 (2012).

Hançer, A., H., Şensoy, Ö. Ve Yıldırım, H., İ. “İlköğretimde Çağdaş Fen Bilgisi Öğretiminin Önemi Ve Nasıl Olması Gerektiği Üzerine Bir Değerlendirme”, **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 1(13), 80-88 (2003).

Hatipoğlu, H.B.,“Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri”, CIO Club, Eylül, s.71-74 (2009).

International Technology Education Association (ITEA), Technology for All American Project; Standards For Technological Literacy: *Content for The Study of Technology*, Reston, Virginia, (2000).

Karaman, K., Karataş, A., “Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri”, *Elementary Education Online*, 798-808 (2009).

Karaman, M., “Öğretmen Adaylarının TV ve İnternet Teknolojilerini Kullanma Amaç ve Beklentilerinin Medya Okuryazarlığı Bağlamında Değerlendirilmesi”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 51-62 (2010).

Karasar, N., “Bilimsel araştırma yöntemi”, *Nobel Yayın Dağıtım*, Ankara (2009).

Kim, W., Jeong, O. R. & Lee, S. W., “On social web sites”, *Information Systems*, 35 (2), 215-236 (2010).

Koç, M. ve Karabatak, M., “Sosyal ağların öğrencilerin üzerindeki etkisinin veri madenciliği kullanılarak incelenmesi”, *5. International Computer & Instructional Technologies Symposium*, Elazığ (2011).

Korkmaz, İ., “Facebook ve mahremiyet: Görmek ve gözetle(n)mek”, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 107-122 (2013).

Kök, A., “Günümüz toplumsal ortamında kişilerarası ilişkilerdeki dönüşümün sosyal medyayı kullanan çocuklar üzerinden incelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, **Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İzmir (2013).

Mayfield A., “What is Social Media, i Crossing”, e book, [http://freepdfs.org/pdf/what-is-social media](http://freepdfs.org/pdf/what-is-social-media) , Erişim Tarihi: 17.01.2015.

MEB, “İlköğretim fen ve teknoloji öğretim programı”, Ankara: TTKB (2006).

Noh, N., Razak, S. and Alias, N., “Usage Of Facebook: The Future Impact Of Curriculum Implementation On Students In Malaysia”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 1261 – 1270 (2013).

O'Relly, T., and Milstein, S., “The Twitter Book”, **Sebastopol:O'Reilly Media**, (2009).

Ök, F., “Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları” Yüksek Lisans Tezi, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Elazığ (2013).

Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M. ve Baysal, N., “Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamdaki işlevselliği”, **6. International Advanced Technologies Symposium (IATS'11)**, Elazığ (2011).

Roblyer, M.D., McDaniel, M. & Webb, M., “Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites”, **Internet and Higher Education**, 134–140 (2010).

Sánchez, A., Cotijo, V. and Javed, U., “Students’ perceptions of Facebook for academic purposes”, *Computers and Educations*, 138-149 (2014).

Snelling, C. ve Karanicolas, S., “Why Wikis Work: assessing group work in an on-line environment” *ATN Assessment Conference 08: Engaging Students with Assessment*, (2008).

Socialbakers, Facebook Statistics Turkey. <http://www.socialbakers.com/Facebook-statistics/turkey> adresinden 14 Aralık 2014 tarihinde edinilmiştir.

Sönmez, B., “Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin facebook kullanım alışkanlıkları”, Yüksek Lisans Tezi, **Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Antalya (2013).

Şeker, H., Deniz, S. ve Görgeç, İ., “Öğretmen yeterlikleri ölçeği”., *Milli Eğitim Dergisi*, 164, 105-118 (2004).

Tasir, Z., Al-Dheleali, Y.M., Harun, J., & Shukor, N., “Students’ Perception towards the use of social networking as an e-learning platform”, *Recent Researches in Education*. 70-75 (2011).

Toğay, A., Akdur, T., Yetişken, İ. ve Bilici A., “Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı”, *XIV. Akademik Bilişim Konferansı*, Uşak (2013).

Türk Dil Kurumu

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=teknoloji](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=teknoloji) (2015).

UNESCO, “Bilgi okuryazarlığı” *Türkiye Milli Komisyonu*, 2012.

VanDoorn, G., Eklund, A., “Face to Facebook: Social media and the learning and teaching potential of symmetrical, synchronous communication”, *Journal of University Teaching and Learning Practice*, (2013).

Vural, Z.B., Bat, M., “Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma”, *Journal of Yasar University*, 3348-3382 (2010).

Wikipedia, Wikipedia: About. <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:About> adresinden 20 Aralık 2014 tarihinde edinilmiştir.

Wikipedia, Blog. <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog> adresinden 20 Aralık 2014 tarihinde edinilmiştir.

Yolcu, Ö., Twitter usages of universties in Turkey, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, (2013).

YÖK/Dünya Bankası Milli Eğitimi Geliştirme Projesi. *Fizik öğretimi*. Ankara. (1997).

YÖK/Dünya Bankası Milli Eğitimi Geliştirme Projesi. *İlköğretim Fen Öğretimi*. Ankara. (1997).

**EKLER****EK 1. Sosyal Medya Tutum Ölçeği**

Değerli Öğrenciler,

Sosyal medyalardaki (youtube, facebook, bloglar gibi) öğrenme materyallerinin, öğrencilerin öğrenmeye karşı tutumlarını ve onların sosyal medya okuryazarlığına etkilerini belirlemek amacıyla aşağıdaki ölçek hazırlanmıştır. Ölçeği cevaplandırırken her maddenin karşısında “**Tamamen katılıyorum**”, “**Katılıyorum**”, “**Katılmıyorum**”, “**Kesinlikle katılmıyorum**” ve “**Kararsızım**” şeklinde beş seçenek verilmiştir. Lütfen her maddeyi okuduktan sonra seçeneğinizi işaretleyiniz. Katılımınız için şimdiden teşekkür ederim.

**Selcan ŞURGUN**

**Yüksek Lisans Öğrencisi**

**KİŞİSEL BİLGİ FORMU**

**1.Cinsiyetiniz:**

**2.Yaşınız:**

**3.Üniversiteniz:**

**4.Bölümünüz:**

**5.Sınıfınız:** 1 ( )                      2 ( )                      3 ( )                      4 ( )

**6.Akademik Ortalamanız:**

**7.Aldığınız Teknoloji Destekli Dersler:**

**8.İnternette geçirdiğiniz günlük süre:**

1 saat ( )                      2 saat ( )                      3 saat ( )                      Diğer ( )



**9.Sosyal medyada kullandığınız günlük süre:**

1 saat ( )      2 saat ( )      3 saat ( )      Diğer ( )

**10.Kullandığınız Sosyal Ağları en sık kullandığınız 1. sırada olacak şekilde sıralayın:**

Twiteer ( )      Face book ( )      Bloglar ( )      Youtube ( )      Diğer ( )

	1	2	3	4	5
1. Sosyal medyada yer alan eğitsel materyallere erişirim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Sosyal medyadaki eğitsel materyallere güvenirim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Sosyal medyanın öğrenmemi olumlu olarak etkilediğini düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Sosyal medya sayesinde eğitsel videolara kolaylıkla ulaşabilirim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Sosyal medya sayesinde teknoloji okuryazarlığım gelişmektedir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Sosyal medya bilgi paylaşımını arttırmaktadır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Sosyal medyada ihtiyacım olan bilgileri kolaylıkla bulabilmekteyim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Sosyal medyadaki bilgilerin yararlı olduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Sosyal medyadaki öğrenme materyalleri sayesinde derslere olan ilgim artmaktadır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Sosyal medyadaki resimleri öğrenme amaçlı olarak kullanırım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Sosyal medyadaki öğrenme il ilgili eğitsel dosyaları arkadaşlarımla paylaşıyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Sosyal medyada bilimsel tartışmalara katılmaktan hoşlanırım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Sosyal medyadaki öğrenme araçlarına benim de katkımın olmasını isterim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Sosyal medyayı ödevlerimde kaynak olarak kullanırım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Sosyal medyadaki eğitsel bilgilerin veri tabanının olmasını isterim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Sosyal medyada öğretmenlerimle iletişimde bulunurum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Sosyal medya yeni bir iletişim alanı oluşturdu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Öğretmenimizin daha fazla eğitsel materyalleri sosyal medyada bizimle paylaşmasını isterim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Tamamen katılıyorum: 5**

**Katılıyorum: 4**

**Katılmıyorum: 3**

**Kesinlikle katılmıyorum: 2**

**Kararsızım: 1**

## ÖZGEÇMİŞ

ŞURGUN Selcan, 1988 yılında, Ankara ili, Polatlı ilçesinde doğdu. İlk ve orta öğrenimini Ankara ili Polatlı ilçesinde tamamladı. 2006 yılında Polatlı Anadolu Öğretmen Lisesi'nden mezun oldu. Yükseköğrenimini Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Fen Bilgisi Öğretmenliği Bölümü'nde tamamladı. 2013 yılında Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü'nde yüksek lisans eğitimine başladı.

