



T.C.
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı
Sosyal Bilgiler Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı

**SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNE GÖRE MEDYANIN
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN DAVRANIŞ EĞİLİMİNE
ETKİSİ (BURDUR İLİ ÖRNEĞİ)**

Yunus DURU
Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Feride ERSOY

Burdur, 2022

T.C.
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı
Sosyal Bilgiler Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı

**SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNE GÖRE MEDYANIN
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN DAVRANIŞ EĞİLİMİNE
ETKİSİ (BURDUR İLİ ÖRNEĞİ)**

Yunus DURU
Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Feride ERSOY

Burdur, 2022



MAKÜ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**YÜKSEK LİSANS
JÜRİ ONAY FORMU**

M.A.K.Ü Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 28.01.2022 tarih ve 413/7 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 07.02.2022 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Yunus DURU'nun "Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Göre Medyanın Ortaokul Öğrencilerinin Davranış Eğilimlerine Etkisi (Burdur İli Örneği)" konulu tez çalışması Türkçe ve Sosyal Bilimler Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : Dr. Öğr. Üyesi Feride ERSOY

ÜYE : Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA

ÜYE : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sait KORKMAZ

ONAY

M.A.K.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

BİLDİRİM

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu taahhüt edip, tezimin kaynak göstermek koşuluyla aşağıda belirttiğim şekilde fotokopi ile çoğaltılmasına izin veriyorum.

[] Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

[] Tezim/Raporum sadece Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

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

Yunus DURU

Tarih

İmza

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimine başladığım günden bugüne kadar her konuda destek ve yardımlarını gördüğüm, yapılan bu çalışmanın her safhasında bilgi, birikim ve tecrübelerini aktararak yol gösteren kıymetli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Feride ERSOY'a içten teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca bu çalışmada kıymetli görüş ve önerileriyle bana önemli katkılar sağlayan, Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA'ya, Prof. Dr. Osman YILMAZ'a, Doç. Dr. Zafer İBRAHİMOĞLU'na ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sait KORKMAZ'a teşekkürü bir borç bilirim.

Bu süreçte maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen, her zaman yanımda olan değerli hocalarım Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI ve Doç. Dr. Esma ÖZDAŞLI'ya şükranlarımı sunarım.

Son olarak tez çalışmam boyunca desteğini daima hissettiğim Asena SEÇMEN'e ve kardeşim Emre DURU'ya da sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Oldukça meşakkatli bir sürecin ürünü olan bu çalışmayı, 18 yıldan beri manevi varlığını her zaman hissettiğim anneme adamak istiyorum.

Katkısı olması temennisiyle...

Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Göre Medyanın Ortaokul Öğrencilerinin Davranış Eğilimlerine Etkisi (Burdur İli Örneği)

(Yüksek Lisans Tezi)

Yunus DURU

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerine göre medya ortam ve araçlarının ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimlerine etkisini tespit etmeye çalışmaktır. Araştırma nitel araştırma yaklaşımı kapsamında temel nitel araştırma desenine uygun olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılında, Burdur'daki farklı ortaokullarda görev yapan 11 sosyal bilgiler öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırma sürecinde veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formuyla toplanmıştır. Verilerin çözümlemesinde içerik analizi ve betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, doğrudan alıntılarla desteklenmiştir.

Araştırmada yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerine göre; medya ortam ve araçları, ortaokul öğrencilerini model alma, yeni davranışlar ve değerler kazandırma, sosyal beceri, sağlık, genel duygu durumu, akademik başarı ve düşünce dünyası gibi birçok alanda etkilemektedir. Bununla birlikte araştırmada, öğrencilerin medyanın kurgusalılık boyutuna ilişkin farkındalık düzeyleri ve medya ortam ve araçlarının eğitim sürecinde kullanılıp kullanılmadığına ilişkin bulgulara da ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Davranış Eğilimi, Eğitim, Medya, Sosyal Bilgiler Eğitimi

Sayfa Adedi: 130

Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Feride ERSOY

**The Effect of Media on Behavioral Tendencies of Secondary School Students
According to Social Studies Teachers (Burdur Province Example)**

(Master's Thesis)

Yunus DURU

ABSTRACT

The aim of this research is to try to determine the effect of media environment and tools on the behavioral tendencies of secondary school students according to the views of social studies teachers. The research was designed in accordance with the basic qualitative research design within the scope of the qualitative research approach. The study group of the research consists of 11 social studies teachers working in different secondary schools in Burdur in the 2020-2021 academic year. During the research process, data were collected with a semi-structured interview form developed by the researchers. Content analysis technique specific to the basic qualitative research design was used in the analysis of the data. Findings were supported by direct quotations.

When the findings obtained as a result of the analyzes made in the research are examined, according to the views of the social studies teachers; media environment and tools affect secondary school students in many areas such as modeling, acquiring new behaviors and values, social skills, health, general mood, academic success and world of thought. In addition, in the research, findings regarding the level of awareness of the students regarding the fictional dimension of the media and whether the media environment and tools are used in the education process were also obtained.

Keywords: Behavioral Tendency, Education, Media, Social Studies Education.

Page Number: 130

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Feride ERSOY

İÇİNDEKİLER

BİLDİRİM	i
TEŞEKKÜR.....	ii
ÖZ	iii
ABSTRACT.....	iv
KISALTMALAR	vii
TABLolar DİZİNİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Problem Cümlesi	5
1.2.1. Alt Problemler.	5
1.3. Araştırmanın Amacı	6
1.4. Araştırmanın Önemi	6
1.5. Sınırlılıklar.....	6
1.6. Sayıtlar	6
BÖLÜM II.....	7
KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	7
2.1. Kuramsal Çerçeve	7
2.1.1. Medya/Kitle İletişimi.....	7
2.1.2. Medyanın Fonksiyonları.....	7
2.1.2.1. Bilgilendirme ve Haberdar Etme.	8
2.1.2.2. Toplumsallaştırma.....	8
2.1.2.3. Eğitim.....	8
2.1.2.4. Eğlendirme.....	8
2.1.2.5. Kültürel Değerlerin Korunması.	8
2.1.2.6. Denetim-Eleştiri ve Kamuoyu Oluşturma.	8
2.1.2.7. Tanıtım.....	9
2.1.3. Kitle iletişim araçları nelerdir?	10
2.1.3.1. Radyo.....	11
2.1.3.2. Televizyon.	12
2.1.3.3. Gazete ve dergi.	13
2.1.3.4. Bilgisayar ve internet.....	16

2.1.3.5. Telefon ve akıllı telefon.....	18
2.1.4. Medya ve çocuk gelişimi.....	19
2.1.4.1. Bilişsel gelişim ve medya.....	21
2.1.5. Medyanın insan davranışlarına etkilerine ilişkin kuramlar.....	34
2.1.5.1. Sosyal-Bilişsel öğrenme kuramı.....	34
2.1.5.2. Taklit kuramı.....	36
2.2. İlgili Araştırmalar.....	36
BÖLÜM III.....	40
YÖNTEM.....	40
3.1. Araştırmanın Modeli.....	40
3.2. Çalışma Grubu.....	40
3.3. Veri Toplama Araçları.....	41
3.4. Verilerin Analizi.....	41
BÖLÜM IV.....	43
BULGULAR VE YORUM.....	43
4.1. Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Göre Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı Medya Ortam ve Araçlarıyla İlişkisini Açıklayan Tanımlayıcı Bilgiler Nelerdir?44	
4.1.1. Medya ortam ve araçlarına ilişkin bulgular.....	44
4.1.2. Medya kullanım amaçlarına ilişkin bulgular.....	49
4.1.3. Medya kurgusallık farkındalığına ilişkin bulgular.....	53
4.1.4. Medyanın eğitimde kullanımına ilişkin bulgular.....	55
4.2. Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Göre Medya Ortam ve Araçlarının Ortaokul Öğrencilerinin Davranış Eğilimine Etkileri Nasıldır?.....	60
4.2.1. Medyanın olumlu ve olumsuz etkilerine ilişkin bulgular.....	60
BÖLÜM V.....	96
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	96
5.1. Sonuç ve Tartışma.....	96
5.2. Öneriler.....	107
KAYNAKLAR.....	110
EKLER.....	126
EK-1.....	127

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

ARPA: Advanced Research Projects Agency (İleri Araştırma Projeleri Ajansı)

ARPANET: Advanced Research Projects Department Network (İleri Araştırma Projeleri Departmanı Ağı)

EARN/BITNET: European Academic and Research Network/Because It's Time Network

EBA: Eğitim Bilişim Ağı

GSM: Global System for Mobile Communications (Mobil İletişim İçin Küresel Sistem)

ISS: İnternet Servis Sağlayıcı

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

NSFNET: National Science Foundation Network (Ulusal Bilim Vakfı Ağı)

ODTÜ: Ortadoğu Teknik Üniversitesi

RTÜK: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

TCP/IP: Transmission Control Protocol/ İnternet Protocol (İletim Denetim Protokolü/İnternet Protokolü)

TRT: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜVEKA: Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı

WWW: World Wide Web

TABLÖLAR DİZİNİ

<u>Tablolar</u>	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Medya Ortam ve Araçlarının Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Üzerinde Uyandırdığı Çağrışımlar.....	44
Tablo 2. Öğrencilerin Kullandıkları Medya Ortam ve Araçlarına İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	46
Tablo 3. Öğrencilerin Medya Ortam ve Araçlarını Kullanım Amaçlarına İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	49
Tablo 4. Öğrencilerin Medya Kurgusallığına Farkındalık Düzeylerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	53
Tablo 5. Medya Ortam ve Araçlarının Eğitim Sürecinde Kullanımına İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	55
Tablo 6. Medyanın Öğrencilerin Davranış Eğilimlerine Etkisine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	60
Tablo 7. Model Edinme Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	61
Tablo 8. Davranış ve Değer Kazanımı Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	65
Tablo 9. Sosyal Beceriler Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	71
Tablo 10. Sağlık Boyutunda Gelişen Etkilere İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerini Görüşleri.....	74
Tablo 11. Genel Duygu Durumu Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	77
Tablo 12. Akademik Başarı Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	80
Tablo 13. Düşünce Dünyası Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri.....	87
Tablo 14. Medyanın Olumsuz Etkilerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Çözüm Önerileri.....	91

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sekiller

Sayfa

Şekil 1. Araştırmanın Problem ve Alt Problem Cümlelerini Açıklayan Temalar..... 43



BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde çalışmamızı teşkil eden problem durumu, problem cümlesi ve alt problemlere bunun yanı sıra araştırmanın amaç, önem ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

İnsan, doğası itibariyle etrafında olup biten olaylardan, olgulardan ve değişimlerden anlam çıkarmaya çalışan bir organizmadır. Bu anlamlandırma süreci ise ya yaşantı yoluyla ya da başka araçların yardımıyla algılanabilir hale gelir. Başta aile, yakın çevre, içinde bulunulan toplum ve tüm bunları çevreleyen medya insan algısına yön veren başat unsurlardır (Aksu Bektaş ve Alver, 2020, s. 547).

Günümüzde bilgi alma, iletişim, sosyalleşme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarımızı gidermede medya en önemli yardımcılarımızdan biri haline gelmiştir (Kocadaş, 2005, s. 2). Toplumsal hayatta da medyanın başta eğitim, siyaset, ekonomi olmak üzere birçok alanı etkilediği bir gerçektir. İnsanlar, dünyada olup bitenleri medya ortam ve araçları sayesinde takip edebilmekte, yatırımlarını hangi alanda yapacağını medya sayesinde belirlemekte hatta siyasi eğilimlerini bile medya belirleyebilmektedir (Toruk, 2008, s. 475).

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve teknolojik gelişmeler sonucunda çeşitlilik kazanması medyanın toplum üzerindeki etki alanını artırmaktadır (Özay, 2015, s. 1). Özellikle TV programları, filmler, radyo, dergiler ve gazeteler gün içinde binlerce görsel, işitsel ve sözel mesajı yaşam alanımıza katmaktadır. Bu mesajlar toplumda yaşayan her kesime ulaşmakta; yetişkin, genç veya çocuk fark etmeksizin bütün bir toplumu etkisi altına almaktadır (Ülkü, 2011, s. 32).

Günümüzde çocukların eğlenmek, araştırmak ve boş vakitlerini değerlendirmek için televizyon, bilgisayar, internet, tablet gibi kitle iletişim araçlarına başvurduğu bilinmektedir. Bu yönüyle gelişen yeni teknolojiler sayesinde medya çocuğun

soyalleşmesine ve topluma entegre olmasına yardımcı olmaktadır. Hatta bu fonksiyonlarını yerine getirirken aileden daha etkili olduğu tartışılmaktadır (Eraslan, 2021, s. 1). Modern hayatta ebeveynlerin yoğun iş temposu ile gündelik hayatın içinde çocukları ile yeterli derecede vakit geçirememeleri (Buyurgan ve Bengi, 2021, s. 148) nedeniyle özellikle taklit ve rol model alma konusunda büyük bir beceriye sahip olan çocukların davranış eğilimleri muhatap oldukları medya içeriklerinden kolaylıkla etkilenebilmektedir.

Medyanın çocuğun davranış eğilimleri üzerindeki etkilerine birçok örnek verilebilmektedir. Medya araçları vasıtasıyla sunulan mesajların özellikle genç ve çocuk tüketiciler üzerinde uzun vadede şiddet davranışlarını taklit etmek, yeni tüketim alışkanlıkları kazanmak ve modaya ayak uydurmak gibi belli davranış örüntüleri oluşturduğu bilinmektedir. Yapılan bir çok araştırma özellikle televizyon izleme veya bilgisayar oyunu oynama ile örneğin şiddet eğilimi arasında önemli bir ilişki olduğunu açığa çıkarmaktadır (Şahin, 2021, s. 74-75). Şu iki olay ise medyanın çocuklar üzerinde ne kadar etkili olduğuna örnek teşkil eder:

“Paducah, Kentucky’de 14 yaşında bir öğrenci olan Michael Carneal, komşusundan çaldığı bir tabanca ile okula gelir ve dua eden bir grup öğrencinin üzerine ateş eder. Yapmış olduğu sekiz el atış ile Carneal, beş öğrenciyi kafasından ve üç öğrenciyi de üst gövde bölümünden vurmuştur. Bunun sonucunda üç öğrenci olay yerinde ölürken diğerleri de felç kalmıştır. Olay incelemeye alınır. Carneal’in daha önce eline hiç silah almadığı ortaya çıkar. Bunun doğruluğunu araştırmak üzere FBI atış eğitim merkezindeki uzmanlara, eline ilk defa silah almış birinin atış isabet oranlarının ne düzeyde olacağı sorulur. Edinilen bilgiye göre, bu şartlar altındaki birinin, bu kadar isabetli atışlar yapması imkansızdır. Peki henüz 14 yaşında bir çocuk olan Michael Carneal, çoğu askerden veya suçludan daha iyi atış yapmayı nereden öğrenmişti? Cevabı ise basitçe bilgisayar oyunlarından diye verebiliriz. Michael Carneal evinde yüzlerce saat keskin nişancı simülatörlerinde oyun oynayarak vakit geçirmişti (Grossman ve DeGaetano, 2013, s. 10-11).”

Diğer olay ise 2000 yılında henüz 4 yaşında olan F. A.’nın o zamanlar oldukça popüler olan Pokemon adlı çizgi filmdeki Pikachu karakteriyle kendini özdeşleştirmesi sonucu yedinci kattaki dairelerinden atlaması ile sonuçlanmıştır. Bu kazayı sadece kırık ayakla kurtaran F.A gazetecilere: “Ben Pokemon’um, Pokemon gibi uçtum.” demiştir. F.A’nın annesi ise: “Bu durum nereye varacak? Her anı Pokemon’la geçiriyor. Televizyonda izledikten sonra ortalıkta satılan oyuncakları, broşürleri alıyor. Şu an hasta yatağında bile, Pokemon Taso denilen oyuncağı elinden düşürmüyor. Yetkililerin buna bir çözüm getirmesi gerekir.” demiştir. Bunun üzerine yapım çocukların ruh sağlığını bozduğu gerekçesiyle yayından kaldırılmıştır (CNN Türk, 2018).

Öğrenme psikolojisi alanında ortaya çıkan kuramlar, medyanın çocuğun davranış eğilimlerine ilişkin etkilerini açıklayıcı niteliktedir. Sosyal öğrenme kuramına göre birey etrafındaki diğer insanların davranışlarını gözlem yoluyla öğrenebilmekte ve kendi davranış öbeğini zenginleştirmektedir. Birey, çevre ve davranış arasında dinamik bir ilişki yoluyla öğrenme gerçekleştirmektedir (Soylu, 2020, s. 71-75). Özellikle çocukların kişilik gelişimlerinde çevrelerinde rol model aldıkları kişilerden etkilendikleri bilinmektedir (Tutar, 2016, s. 34).

Medyanın sunduğu içeriklerle bireyde taklit yoluyla yeni davranışlar oluşturduğunu belirten bir diğer yaklaşım da Fransız sosyolog Gabriel Tarde'in Taklit Kuramıdır. Tarde'a göre sosyal öğrenmenin temelinde taklit yatmaktadır ve öğrenilen davranışların tümü karşılıklı iletişim halindeyken öğrenilir (Balcı, 2014, s. 294). Örnek vermek gerekirse, şiddetin kanıksandığı bir aile ortamında büyüyen çocuğun ileride kendi aile ortamında da şiddete başvurması olağandır (Altıparmak, 2018, s. 236).

Yukarıda ifade edilen bilgiler ışığında medyanın sunduğu içerikler vasıtasıyla gerek birey gerek toplum üzerinde efektif bir unsur olduğu açıktır. Toplumun önemli yapı taşlarından birini % 27,2 ile çocukların oluşturduğunu (TÜİK, 2021) göz önünde bulundurduğumuzda, medyanın, sosyal öğrenme kabiliyeti oldukça yüksek olan ve başarılı birer taklitçi olan çocuklar üzerinde etkili olduğu söylenebilir (Van den Bulck ve diğerleri, 2016, s. 34). Bu hususta daha önce yapılan bir çalışma ise bu savı destekler mahiyettedir. Kocadaş'ın yaptığı araştırmada, çocuklara en çok hangi kurumdan etkilendikleri sorulmuş ve verilen cevaplarda ailenin ilk sırada, medyanın ikinci sırada ve okulun üçüncü sırada yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Medyanın etki gücü bakımından okuldan önde gelmesi ise dikkat çekici bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Kocadaş, 2002).

1.1.1. Medya ve sosyal bilgiler eğitimi. Medyanın öğrenci üzerinde olumlu ve olumsuz birçok yönünün olduğu yapılan araştırmalarla ortaya koyulmuştur. Fakat eğitimin öğrenciye ulaşma noktasında medyanın gerisinde kaldığı da bir vakıa haline gelmiştir (Kocadaş, 2004, s. 131). Medya araçlarının çeşitli vasıtalarla tüketimi teşvik etmesi (Özkan, 2006, s. 33-34; Mora, 2008, s. 10-11), çocuk ve gençlere toplumsal değer normlarımızın dışında içerikler sunarak onları popüler rol

modellerin, iletilerin, ürünlerin ve bize yabancı olan değerlerin tüketicisi haline getirmesi (Şahin, 2005, s. 161) medyaya dair bir bilinç inşasının önemini ortaya koymaktadır.

Medyaya dair bilinç inşası önemli ölçüde eğitim sistemiyle gerçekleştirilmektedir. Eğitim sistemi içinde sosyal bilgiler eğitiminin konuyla ilgili önemli bir yeri ve rolü bulunmaktadır. Sosyal bilgiler eğitiminin temel göstergesi olan müfredat programı incelendiğinde konuyu daha net açıklamak mümkündür. Örneğin, ilgili müfredat programında yer verilen temel yetkinliklerle; öğrencilere ulusal ve uluslararası düzeyde kişisel, sosyal, akademik ve iş hayatında ihtiyaç duyacağı becerileri kazandırmak amaçlanmaktadır. Bu kapsamdaki yetkinlikler arasında dijital yetkinlik de yer almaktadır. Öğrencinin bilgiye erişiminden bilgiyi üretimine ve internet ortamındaki iletişim ve katılımlarına kadar birçok beceri dijital yetkinlikle ilişkilendirilmiştir. Bununla birlikte sosyal bilgiler eğitimi kapsamında öğrencilerin bilim ve teknolojinin gelişim sürecini ve toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini kavrayarak bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanımları amaçlanmaktadır. Bu amaçları destekler nitelikte dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı gibi medya ile ilişkili beceriler öğretim programında yer almaktadır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2018).

Medyanın bireyin algısına ve davranış eğilimine etkilerini açıklayan çalışmalar (Demirel, 2018; Taylan, 2018; Karaboğa, 2019) ve sosyal öğrenme teorileri (Bandura, Ross & Ross, 1963) dikkate alındığında medyanın öğrenciler üzerinde ne derece etkili olabileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığının yeni nesillerin beceri inşasında bu gerçekliğin farkında olması öğretim programlarına ilgili becerilerin yansımaları sağlamaktadır. Sosyal bilgiler dersi medyanın bilinçli kullanımına ilişkin birçok bilgi ve becerinin yer aldığı derslerden biridir. Sosyal bilgiler dersinin öğretim programında yer verilen medyaya ilişkin amaçlar, dijital yetkinlik alanı, medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık gibi beceriler düşünüldüğünde konuya ilişkin tespitlerin önemi ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda sosyal bilgiler öğretmenlerinin özellikle ders verdikleri öğrencilerinde medya kaynaklı oluştuğunu düşündükleri davranış eğilimlerinin tespit edilebilmesi, çalışmanın problem çerçevesi olarak kendiliğinden oluşmaktadır.

1.2. Problem Cümlesi

Araştırmanın temel problem cümlesi şöyledir: Burdur’da öğrenim gören ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimlerinde medyanın etkisine dair sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri nelerdir? Bu problem cümle öncelikle öğrencilerin medya ortam ve araçlarıyla ilişkisini açıklayan tanımlayıcı bilgilere ulaşma ve sonra ana problem cümlesini açıklama çerçevesinde çalışılmıştır.

1.2.1. Alt problemler. Araştırmada aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır:

- A. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre ortaokul öğrencilerinin kullandığı medya ortam ve araçlarıyla ilişkisini açıklayan tanımlayıcı bilgiler nelerdir?
 1. Sosyal bilgiler öğretmenlerinde medya ortam ve araçlarına ilişkin çağrışımlar nelerdir?
 2. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre ortaokul öğrencilerinin kullandığı medya ortam ve araçları nelerdir?
 3. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre ortaokul öğrencilerinin medya ortam ve araçlarını kullanım amaçları nelerdir?
 4. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre ortaokul öğrencilerinin medya kurgusalılık farkındalığı nasıldır?
 5. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre ortaokul öğrencilerinin eğitim sürecinde medya ortam ve araçlarından faydalanma durumları nasıldır?
- B. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre medya ortam ve araçlarının ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimine etkileri nasıldır?
 1. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre medya ortam ve araçlarının ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimine olumlu etkileri nasıldır?
 2. Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre medya ortam ve araçlarının ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimine olumsuz etkileri nasıldır?

1.3. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı; sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerinden yola çıkarak, Burdur'da öğrenim gören ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimlerinde medyanın etkisini keşfetmeye çalışmaktır.

1.4. Araştırmanın Önemi

Medya, gündelik hayatın her alanında yer edinmiştir. Bilgi edinme, kitle iletişimi, eğlence, eğitim, sosyal faaliyetler, politika, haber, ekonomi gibi birçok alanda medya etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Medyanın bu geniş etki ağı bireyin ve toplumun şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle ergenlik döneminden önceki süreçlerde, bireyin kişilik özelliklerini oluşturabilecek birçok davranış eğilimi, medya etkisiyle kazanılabilmektedir. Toplumda bu durumu ortaya koyan, model edinilen davranışların yansımalarını olumlu veya olumsuz anlamda görmek mümkündür. Sosyal öğrenme teorileri de medya izlem ve gözlemleriyle model edinme eğiliminin açıklamasını desteklemektedir. Ortaokul süreci de çocukların ergenlik dönemine hazırlandığı bir gelişim dönemi olarak, öğrencilerin davranış eğiliminde medya etkisinin araştırılmasında oldukça önemli bir dönemdir. Çalışma, ortaokul öğrencilerinin davranış eğiliminde medya ortam ve araçlarının etkilerini ortaya koyması bakımından önemlidir. Çalışma bulgularının Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullardaki öğretmenlere, konuyla ilgilenen araştırmacılara ve eğitim politikacılarına katkı sunması beklenmektedir.

1.5. Sınırlılıklar

1. Bu araştırma Burdur İl Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı ortaokullarda görev yapan sosyal bilgiler öğretmenlerinin katılımı ile sınırlıdır.

1.6. Sayıtlar

1. Katılımcı öğretmenlerin görüşme formuna ciddiyetle ve gerçekçi cevaplar verdikleri varsayılmıştır.

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde, araştırma konusu ile ilgili alanyazın bilgisi taranarak araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuş ve ilgili araştırmalara yer verilmiştir.

2.1.1. Medya/Kitle iletişimi. Latince ortam, araç gibi anlamlara gelen medium kelimesinin çoğulunu ifade eden medya kavramı (Bayram, 2002, s. 11), Scheibe ve Rogow (2008)'a göre, kitap, gazete, dergi, radyo, televizyon, film, video, video oyunları ve internet üzerinden sunulan herşey olarak tanımlanmaktadır.

Medya, kendine has bir ekolojisi olan çoklu ilişkiler ağının toplamı ve bütünüdür. Burada gönderici, mesaj, araç ve alıcı gibi öğelerin oluşturduğu (Yumlu, 1994, s.88), insanların duygu ve düşüncelerini mesafe tanımaksızın birbirlerine iletebildiği (Yardım, 2019, s. 12), bireylerarası ve toplumsal ilişkilerin bir arada uyumla hareket ettiği kolektif bir yapı sözkonusudur. Medyanın tanımları üzerine düşünüldüğünde, mekanik olarak, sadece kitle iletişim araçları marifetiyle bize bilgi aktaran bir haberleşme aracı (Dilber, 2014, s. 60) görüntüsü çizmektedir, sosyolojik olarak ise toplumu etkileme ve toplumdan etkilenme kabiliyeti yüksek çift yönlü, bütünsel bir aygıt karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda medya, bilgi sağlama, eğitime, güdüleme, haberdar etme, kültürel ve kişisel gelişime destek olma, eğlendirme fonksiyonları ile bireysel ve toplumsal hayatta belirleyici ve etki edici bir konuma sahiptir. Bu konumunu ise çeşitli araç-gereç ve materyallerle yani kitle iletişim araçları ile sağlayan diri bir güçtür (Alav, 2020, s. 1944).

2.1.2. Medyanın fonksiyonları. Medya insan ve toplum hayatı için çok önemli fonksiyonlar icra etmektedir. RTÜK medyanın işlevleri konusunda yedi temel işlev belirlemiştir. Bunlar: Bilgilendirme ve Haberdar Etme, Toplumsallaştırma, Eğitime, Eğlendirme, Kültürel Değerlerin Korunması, Denetim-Eleştiri ve Kamuoyu Oluşturma ve Tanıtım olarak sıralanabilir (Özay, 2015, s. 9).

2.1.2.1. Bilgilendirme ve haberdar etme. Medya denilince akla ilk gelenlerden birisi haber ve bilgi aktarmasıdır. Siyasetten ekonomiye, sağıktan modaya ulusal ve uluslararası pek çok bilgi medya vasıtasıyla geniş kitlelere ulaştırılmaktadır (Cangin, 2014, s. 27). Bu yönüyle medya ortam ve araçları bireylerin ilgi ve ihtiyaçlarını giderirken aynı zamanda da çevresinde ve dünyada olup biten gelişmeler hakkında bireyin haberdar olmasını ve bu gelişmelere uyum sağlamasını kolaylaştırır. Bu işlevi itibariyle medya bireyin haber değeri taşıyan olay, fikir ve gelişmelere ulaşmasını sağlar (Karakoç ve Arklan, 2009, s. 410).

2.1.2.2. Toplumsallaştırma. Medya özellikle kamusal yayın yapan medya kuruluşları insanları yaşadıkları toplumla bütünleştirip, birlikte hareket etme imkanı vererek toplumsal yapının gelişmesine katkı sağlar (Yardım, 2019, s. 18). Bununla birlikte medya demokratik değerlerin ve kazanımların elde edilmesinde ve muhafaza edilmesinde, kurumların daha faal olmasını ve bireyin hak ve özgürlüklerinin teminatını sağlayan yayın ve içerikler sunar (Özay, 2015, s. 11).

2.1.2.3. Eğitime. Günümüzde birçok ülke vatandaşlarını eğitmek maksadıyla medya ortam ve araçlarının yardımına ihtiyaç duymaktadır. Medya özellikle gelişim çağındaki çocukların algı ve bilinç düzeylerini yükseltirken aynı zamanda da “Baba Beni Okula Gönder”, “Haydi Kızlar Okula” gibi dikkat çeken kampanyaları toplumsal hayatta daha görünür kılarak eğitimin gelişimine katkı sağlamaktadır (Cangin, 2014, s. 28). Ayrıca ülkenin çeşitli bölgelerine sağlıklı bir eğitim hizmeti götürelemediği dönemlerde, kültürel değerlerin ve bilginin yaygınlaştırılmasında medya (TRT EBA) önemli bir görev üstlenmektedir (Kılıç , 2014, s. 31-32).

2.1.2.4. Eğlendirme. Günümüz insanların gündelik yaşamlarının rutin işleyişleri içinde yorulması, beraberinde bir rahatlama ihtiyacı doğurmaktadır (Ülkü, 2011, s.34). Medya ise insanlara sunduğu çok çeşitli içerikler vasıtasıyla bu ihtiyacı karşılamaya yönelik güçlü bir alternatif sunmaktadır.

Özellikle büyük yerleşim yerlerinde eğlenmek; ciddi bir zaman ve maddi güç gerektiren aktivite halini almıştır. Fakat insanlar günümüzde medyanın marifetiyle

bu ihtiyaçlarını makul bir şekilde karşılayabilmektedir. Gerçek hayatta yüklü bir ücret ödeyerek görebileceği bir sanatçıyı herhangi bir ödeme yapmadan televizyonda veya bilgisayarda görebilmektedir (Kılıç, 2014, s. 32-33).

2.1.2.5. Kültürel değerlerin korunması. Medyanın gelişen süreç içinde kültürel devamlılığı sağlama gibi bir fonksiyonu da ortaya çıkmaktadır. Kültürel ögelerin ne olduğu ve nasıl olması gerektiği, medya tarafından halka aktarılmaktadır. Böylece kültürel motifler ve ögeler nesilden nesile geçmekte (Vardarlıer ve Zafer, 2019, s. 358), dahası istendiğinde toplumu kültürel değişime de hazırlayabilmektedir (Usluata, 1994, s. 67-68). Doğru ve bilinçli bir şekilde kullanıldığında medya kültürel mirasın muhafaza edilmesinde ve geliştirilmesinde etkin bir enstrümana dönüştürülebilir. Öte yandan birey ve toplum için müzik, resim, sinema ve edebiyat medya sayesinde ulaşılabilir kılınmıştır. Bu yönüyle pek çok sanatsal faaliyeti doğrudan sunma gibi bir fonksiyon medyayı önemli kılmaktadır (zay, 2015, s. 17).

2.1.2.6. Denetim-eleştiri ve kamuoyu oluşturma. Medya bir tarafıyla da kamusal bir hüviyete sahip olduğu için özellikle hkmeti, siyasi partileri, kamu kuruluşlarını, şirketleri, bireylerin topluma karşı olan sorumluluk ve yükümlülüklerini vb. denetleme eleştirme yetkisine sahiptir (Cangin, 2014, s. 30). Bu bakımdan medyaya yasama, yürütme ve yargının yanında dördüncü kuvvette denilebilir (Mora, 2008, s. 13). Medya vatandaşın ve kamuoyunun hakkını savunmalı ve bu maksatla mücadele etmelidir. Öte yandan gerekli olduğu zamanlarda medya topluma öncülük edebilmelidir (zay, 2015, s. 17).

2.1.2.7. Tanıtım. Medya, devletlerin, şirketlerin, kurum ve kuruluşların hatta bireylerin en önemli tanıtım aracı haline gelmiştir. Bu haliyle medya günümüzde tanıtım aracı olarak büyük önem kazanmış durumdadır. Diğer yandan ekonominin pazarlama üzerine kurulu olduğu ve pazarlamanın en önemli vasıtasının da medya olduğu bilinen bir gerçektir (Cangin, 2014, s. 30).

2.1.3. Kitle iletişim araçları nelerdir? Kitle iletişim araçları günümüzdeki çeşitlilik ve zenginliğe ulaşabilmek için farklı evrelerden geçmiştir. Teknik olarak insanı esas alan, insanla beraber gelişen iletişim bütünsel olarak tüm canlıları kapsayan geniş ve evrensel bir olgu haline gelmiştir. İlk başlarda beden dili, jest ve mimiklerle birbirleriyle diyaloga girebilen insanlar sonraları konuşarak, yazarak, çizerek iletişimlerini başka formlara taşıyabilmişler ve çeşitlendirebilmişlerdir (Süllü, 2018, s. 120). İnsan nüfusunun çoğalması ve birbirlerinden uzaklaşarak göç etmeleri sonucunda ise iletişim tekniklerinde yeni gelişmeler olmuştur. İnsanın pratik yaklaşımı sayesinde dumanla, ateşle ve mağara duvarlarına resmedilen basit çizimlerle iletişim kaynaklarında çeşitlilikler yaşanmıştır (Kılıç, 2014, s. 1).

15. yüzyılda Gutenberg'in matbaayı keşfi (Dewar, 2000, s. 5) iletişimde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu keşifle beraber sosyal, ekonomik, dinsel, felsefi, edebi ve politik hareketler ortaya çıkarak toplumsal değişim, dönüşüm ve gelişimin önü açılmıştır. Çağdaş toplumu var eden dinamikler, matbaanın insan hayatına soktuğu basım kültürünün hediyeleridir (Eisenstein, 1969, s. 19). Kapitalist üretim tarzının ortaya çıkışı ve aydınlanma çağı esasında Gutenberg'in keşfinin meyveleridir (Mora, 2008, s. 3).

Ondokuzuncu yüzyıla gelindiğinde sanayi devriminin beraberinde getirdiği modernleşme ve kentleşme doğal bir sonuç olarak okur-yazarlık oranlarını da arttırmış; kitap, dergi, gazete endüstrisi yaygınlaşmıştır (Dolgun, 2016; Kreis, 2004). İletişim alanındaki çeşitliliğin yanında çağdaş toplumdaki okuma-yazma oranındaki büyümede 20. Yüzyılın radyo ve televizyon çağı olmasında büyük katkı sağlamıştır (Outhwaite, 2008, s. 383-384). Bu gelişmelerin bir sonucu olarak günümüzde televizyon, internet ve bilgisayar, telefon gibi çok fazla çeşitlilik kazanmış kitle iletişim araçları tarafından kuşatılmış, çoğu gündelik işimizi –başta iletişim olmak üzere- dışarı çıkmadan birkaç tuşa basarak halledebildiğimiz bir dönemi yaşamakta olduğumuzu söylemek mümkündür.

2.1.3.1. Radyo. Radyo çalışmaları ondokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında başlamış olsada profesyonel olarak ilk radyo yayını 1920'lerde ABD'nin Pittsburgh şehrinde gerçekleştirilmiştir (Paxson, 2018, s. 72). 1920'li yıllarda başta Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'da hızlı bir gelişim gösteren radyo; elektronik bir kitle iletişim aracı olarak büyük bir başarı yakalamıştır (Süllü, 2018, s. 129).

Ülkemizde ilk radyo yayınına ilişkin bilgiler, Birinci Dünya Savaşı esnasında İstanbul'da bir Fransız gemisinden yapılan müzik yayını olduğu yönündedir. İlk Türkçe radyo yayınının İstanbul Muallim Okulu öğretmenlerinden Rüştü Uzel tarafından yapılmıştır (Yaylalı, 2018, s. 38). Programlı ve düzenli yayınlara geçiş ise 1927 yılının Mayıs ayında mümkün olabilmıştır (Ünal ve Şahin, 2018, s. 334). Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren dinleyicilerine, Türkçenin en yalın haliyle gündeme dair haberleri, Türk müziğini ve daha birçok kültürel, sanatsal ve sosyal gelişmeyi sunan radyo, 1964 yılında TRT'nin kurulması ile devlet denetimine ve himayesine girmiştir (Arvas, 2018, s. 408).

Altın çağını yaşadığı İkinci Dünya Savaşı yıllarında radyo, yayınları ile hem Müttefik Devletler hemde Mihver Devletler tarafından propaganda maksadıyla etkili bir biçimde kullanılmıştır (Horten, 2002, s. 54-62). Özellikle Mihver Devletler safında yer alan Nazi Almanyası, radyo yayınları sayesinde Alman halkının moralini yüksek tutmayı, ordunun savaşı kazanacağına dair inancı yükseltmeyi (Yoo, 2017, s. 70) ve Müttefik Devletlerin savaştaki direncini zayıflatmayı amaçlamıştır. Joseph Goebbels'in tasarrufunda kurulan Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı (Fröhlich, 1993, s. 55), Alman halkı üzerinde tahakkümünü artırmak adına gazete, dergi, sinema gibi kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanma yolunu tercih etmiştir. Fakat Nazilerin asıl ilgi duydukları ve büyük bir maharetle kullandıkları iletişim aracı radyodur (Çakı, 2020, s. 337). Bu maksatla halka radyo setlerini çok ucuz fiyatlarla satmışlardı (Welch, 2004, s. 219). Öte yandan Naziler, halkın sık kullandığı yerlere de radyo hoparlörleri yerleştirmiş böylelikle radyonun kamusal alanda da kullanılabileceğini göstermişlerdir. Böylece Hitler ve Nazi propagandistler fikirlerini radyo aracılığıyla doğrudan kitlelere ulaştırabiliyorlardı. İkinci Dünya savaşında radyoyu propaganda amacıyla kullananlar sadece Naziler olmamıştır. Müttefik Devletlerde Nazi Almayasının propagandalarına karşı yayınlar yapmışlardır (Paxson, 2018, s. 114). Özellikle Sovyetler Birliğinin yayınları Nazi Almanyasının

işgal ettiği ülkelerde yaşayan halkı ve sosyalist grupları partizan olarak işgale karşı direnmeye çağırmıştır. Bu yayınlar kıta Avrupasında, Nazi tahakkümüne karşı güçlü bir direnişin oluşmasına sebep olmuştur (Çakı, 2020, s. 338).

Radyo savaştan sonra bir müddet trendini korumuşsa da, zamanla televizyon, internet, bilgisayar gibi yeni kitle iletişim araçlarının icadından ve yaygınlaşmasından dolayı görece arka planda kalmıştır (Yardım, 2019, s. 21; Özay, 2015, s. 12). Fakat kitle iletişim araçlarının gelişim seyrinde radyo önemli bir milat kabul edilir; Radyo yayınlarının toplum hayatına girmesinden sonra, iletişim kitleselleşmiş, televizyon, bilgisayar ve mobil telefonlar ortaya çıkmıştır, devamında internet ile beraber insan, toplum ve iletişim araçları eksenli yeni bir anlayış oluşmuştur (Aymaz, 2018, s. 138).

2.1.3.2. Televizyon. 1884 yılında Alman bilim insanı Paul Nipkow resimleri tarayarak ekrana aktarabilen döner bir disk geliştirmiştir (Oskay, 1971, s.17). 1923 yılında ise Amerikalı mühendis Charles Jenkins, 1926 yılında ise İngiliz mucit John Baird, Nipkow'un bu döner diskini geliştirerek ilk televizyon denemelerini yaptılar (Aziz, 1976, s.13). 1927 yılına gelindiğinde ise Washington-New York arası ilk deneme yayını yapılmış, bir sonraki yıl ise RCA firması televizyon üretimine başlamıştır (Oskay, 1971, s. 17). Böylece çok kısa bir sürede tüm dünyaya yayılmıştır. Ülkemizde ise ilk televizyon yayın çalışmaları 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesinin, Elektrik Fakültesinde başlamıştır (Özçağlayan, 2000, s. 41-42). Ancak ülke çapındaki yaygın kullanım ise 1968 yılında TRT Ankara televizyonunun kurulmasından sonra gerçekleşmiştir (İlaslan, 2014, s. 482).

Televizyon icat edildiği ilk günden beri insan hayatının ayrılmaz bir parçası olmuştur. Günümüzde politika, haber, spor, bilim, din gibi toplumu ilgilendiren her konuya nüfuz edebilmiştir. Başta kitlelerin eğitim, bilgi edinme, eğlenme, sosyalleşme ve kültürel ihtiyaçlarına hem sesli hemde görüntülü cevap veren çok önemli bir alternatif haline gelmesi (Büyükbaykal, 2007, s. 32) onu zamanla kitleleri etkileyecek bir unsura dönüştürmüştür (Özay, 2015, s. 13). Bu yeni kurulan iletişim şekli kitleleri etkilemede büyük bir marifet gösterirken aynı zamanda da bağımlılık derecesini de artırmıştır (Kılıç , 2014, s. 69-70).

Televizyonun bu denli yaygın bir kullanım ağının olmasının bazı olumlu ve olumsuz yanlarının olduğu yapılan birçok araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007, s. 23; Berkowitz ve Rogers, 1986, s. 62, 67, 69; Wright vd. 2001, s. 1361-1364). Bu yönüyle televizyon eleştiri oklarını her zaman üstüne çekmiştir. Hans-Georg Gadamer televizyonu çağdaş insanı bağlayan bir zincir olarak görürken, zincirin anahtarlarının iletişim seçkinlerinin elinde bulunduğunu ve bu seçkinlerin insanları görüntülere esir almaya çalıştığını ifade etmektedir. Baldini (2000), televizyonun insanlara ve özellikle gençlere sunduğu olumsuz içeriklerle onlara şiddeti öğrettiğini idda etmiş ve televizyon için “kötü bir eğitmen” tanımını kullanmıştır (Baldini, 2000, s. 100-103). Condry (1993) ise televizyonun kültür, toplum ve özellikle genç bireyler üzerinde köklü değişimler yarattığını savunmuştur. Ona göre televizyonun bu kadar büyük bir güç olmasının nedeni, okulların işlevlerini yerine getiremiyor olması ve ailelerin zorunlu görevler ile sınırlı kalması, çocuğa ulaşamamasından ileri gelmektedir.

Özetle kitle iletişim aracı olarak televizyon bazı çalışmalarda devrimsel bir icat olarak görülürken, bazı çalışmalarda insanları pasif hale getirmesinden dolayı eleştirilmektedir. Ancak televizyonun kitle iletişim alanında kendine has yaygın ve etkili bir yer edindiği hususunda görüş birliği mevcuttur.

2.1.3.3. Gazete ve dergi. Matbaanın icadıyla beraber el yazması haber mektupları yerini gazetelere bırakmaya başlamışlardır. Gazetelerin öncülleri sayılan bu haber mektupları 13. yüzyılda ortaya çıkmışlarsa da ilk olarak elle yazılıp çoğaltılmışlar, matbaayla beraber yaygınlık kazanmışlardır. İlk başlarda tüccarlar, gemiciler ve bankerler arasında bir çeşit haberleşme aracı olan bu haber mektupları, gazeteciliğin doğuşu için milat kabul edilmektedir (Özçağlayan, 2008, s. 133-134).

İlk gazeteler ise 1600’lerin başlarında Paris, Londra, Amsterdam, Viyana gibi büyük Avrupa şehirlerinde çıkarılmıştır. Günümüzdeki anlamıyla ilk günlük gazete ise Almanya’nın Leipzig şehrinde Leipziger Zeitung adıyla 1660 yılında basılmıştır (Mora, 2008, s. 3). Gazetenin gelişmesi ve farklı coğrafyalara ve daha fazla insana ulaşması esas olarak Sanayi Devrimi ile beraber olmuştur. Sanayi Devriminin beraberinde getirdiği teknolojik yenilikler, Gutenberg’in geliştirdiği elle değiştirilen harflerden müteşekkil tahta kalıplı baskı makinelerinin yerine buhar gücüyle çalışan

ve makineyle dizgi yapabilen baskı makineleri ile ikame etmiştir. Baskı tekniğinde artan kalite ardından kâğıt fiyatındaki düşüş, gazeteyi maliyetli olmaktan kurtarmış ve gazetenin ucuzlamasına neden olmuştur. Bu gelişme aynı zamanda gazetenin geniş halk kitleleri tarafından benimsenmesinde büyük bir etki yaratmıştır. 20. Yüzyıla gelindiğinde ise bir kitle iletişim aracı olarak gazete kendisini kabul ettirmiş ve bu çerçevede saygınlığını arttırmıştır (Tokgöz, 2010, s. 75-76). Fakat 1950’lerde bir başka kitle iletişim aracı olan televizyonun insanların hayatına girmesiyle birlikte insanlar haber ve bilgi alma ihtiyaçlarını bu yeni araçtan karşılamayı tercih etmiştir. Bu da gazetenin televizyon karşısında eski popülarlığını yitirmesine yol açmıştır. 21. yüzyılda ise internet ve mobil teknolojilerin gelişimi, gazete tirajlarında azaltıcı bir etki yapmışsa da hala sadık bir okur kitlesine sahiptir (Özçağlayan, 2008, s. 137). Bununla beraber gazeteler internet mecralarında da yayın yapmaya devam etmektedir (Çakır, 2007, s. 126)

Dergi ise gazeteden farklı olarak özel hedef kitleleri olan, politikadan, edebiyata, teknolojiye, ekonomiye çok farklı konuları içeren ve belirli aralıklarla çıkan süreli yayınları ifade etmektedir (Aydın, 2010, s. 36). Derginin ortaya çıkışı ve gelişimi de gazeteyle paralellik göstermektedir. 1600’lerin birinci yarısında ilk akademik-bilimsel dergiler ortaya çıkmaya başlamıştır. Sırasıyla 1605 yılında Anvers’te basılan *Nieuwe Antwersche Tijdingne* ve 1609’da Strasbourg’da basılan *Ordinarii Avis* bu anlamda ilk dergiler kabul edilmektedir (Baldini, 2000, s. 81). Günümüzde dergide tıpkı gazete gibi internetten ve mobil teknolojilerden olumsuz olarak etkilenmiş olsa da içerik olarak kısıtlı olması, belirli okuyucu kitlelerine hitap etmesi dergiyi hala kendi kitlesi tarafından tercih edilir kılmaktadır. Ayrıca tıpkı gazete gibi dergide internet mecraları ile bütünleşebilmiştir. Bugün tüm dünyada yüzlerce konu başlığına göre haftalık, aylık, sezonluk hatta yıllık dergiler hem tezgâhlarda hem de sanal ortamda takipçileri ile buluşabilmektedir (Aydın, 2010, s. 37).

Türk gazeteciliğinin temelleri 19. yüzyılda atılmaya başlamıştır. 2. Mahmud tarafından 1831 yılında “Takvim-i Vekayi” adlı gazetenin yayınlanması ile Türk gazeteciliği doğmuştur. Takvim-i Vekayi’den önce İzmir ve İstanbul gibi şehirlerde Fransızca gazeteler ve Mısır’da da “Vekayi Mısriyye” adında Arapça ve kısmen Türkçe yayınlanan gazeteler olmuşsa da, Takvim-i Vekayi’nin tamamen Türkçe olması ve İstanbul’da basılması (Benek, 2016, s. 30-31) ona Türk gazeteciliğinin başlangıcı olma özelliğini vermiştir. Bu gazete kısa aralıklarla yayın hayatını

durdursa da, Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete'nin kuruluşuna kadar yayın hayatına devam etmiştir.

Tanzimat Fermanından 1 yıl sonra 1840 yılında İngiliz bir tüccar tarafından ilk özel sermayeli Türkçe gazete olan Ceride-i Havadis gazetesi yayınlanmaya başlamıştır. Fakat istediği abone sayısına ulaşamayan bu gazete daha sonraları devlet tarafından destek almaya başlamış ve yarı resmi, yarı özel bir hüviyete bürünmüştür. İşte bu iki gazete yaklaşık 30 yıl boyunca, Türkiye'de Türkçe yayın yapan yegane gazeteler olmuştur (Nalcıoğlu, 2005, s. 256).

1860 yılında tam anlamıyla özel teşebbüs tarafından kurulan ve devletten yardım almayan ilk müstakil Türk gazetesi olan Tercüman-ı Ahval yayınlanmaya başlar. Kurucuları arasında Şinasi ve Agah Efendi'nin bulunduğu bu gazete, kendinden önce kurulmuş olan Takvim-i Vekayi ve Ceride-i Havadis'ten farklı olarak sütunlarında siyasi meselelere, memleketin sorunlarına yer vermiş, yorum katmış ve bu sorunlara çözüm önerileri sunmuştur. 1862 yılına gelindiğinde ise Agah Efendi ile yollarını ayıran Şinasi, Tasvir-i Efkar gazetesini yayınlamaya başlamıştır. Tasvir-i Efkar'da aynı düşünce doğrultusunda bir yayın çizgisi takip etmiştir (Nalcıoğlu, 2005, s. 257). Bu türden fikir gazetelerinin sayıları giderek artmıştır. 1866 yılında Ali Suavi'nin yayınladığı Muhbir, 1868 yılında Namık Kemal ve Ziya Bey'in yayınladığı Hürriyet gibi gazeteler Türk gazeteciliğinde yeni çıgırlar açmıştır (Budak, 2014, s. 289). Ayine-i Vatan, Muhip, Utarit, Terakki, Basiret, HakayıKül Vekayi, Asır, Devir, İbret, İstikbal, Vakit, Sabah, Diyojen gibi kimi az, kimi uzun ömürlü birçok gazete bu fikir gazeteciliği doğrultusunda yayın yapmış çoğu devlet tarafından kapatılmıştır (Nalcıoğlu, 2005, s. 263-264).

İlk Türkçe dergi ise 1862 yılında bilimsel kuram ve kavramları halka kolayca anlatabilmek amacıyla Mehmet Tahir Efendi tarafından Mecmua-i Fünün adıyla yayınlanmaya başlamıştır. Yine 1862 yılında yayınlanan Mir'at dergisi ise ilk resimli dergi olma özelliğini taşımaktadır. Ticaret ve ekonomi ile ilgili ilk dergi olan Takvim-i Ticaret ise Hasan Fehmi Paşa tarafından 1865 yılında yayınlanmıştır.

2.1.3.4. Bilgisayar ve internet. Bilgisayar içinde yaşadığımız çağın en önemli icatlarından ve teknolojik gelişmelerinden biri olarak kabul edilmektedir. 1946 yılında basit bir elektronik hesap makinesi ve benzeri işlevler için kullanılmaya başlanan bilgisayar zaman içinde hızlı bir gelişme kaydederek bugünkü kullanım biçimine erişebilmiş ve tüm dünyayı etkisine almıştır (İşman, 2001, s. 3-5). İlk etapta bilgilendirme ve iletişim aracı olarak ortaya çıkan bilgisayar ilerleyen yıllarda bu anlamını aşarak insanların diğer tüm işlemlerini de görebilecekleri üst bir teknolojiye dönüşmüştür. Bilgisayarların yaygınlaşmasıyla birlikte uluslararası ekonomik, kültürel ve toplumsal ilişkiler ciddi bir ivme kazanmış, ülkeler arasındaki sınırlar adeta ortadan kalmıştır. Ayrıca bilgisayar teknolojisinin gelişimi ilerleyen süreçte internet teknolojisinin doğmasına da ön ayak olmuştur (Gönenç, 2012, s. 101).

Günümüzde hemen hemen herkesin hayatını doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkileyen internet, diğer kitle iletişim araçlarından oldukça farklı bir yapıdadır. Diğer kitle iletişim araçlarının bir sahibi bulunmaktadır. Üretilen içerik ise belirli filtreleme işlemlerine tabi tutulduktan sonra çok sayıda kişiye ulaştırılmaktadır. Sunulan bu içeriğe karşı dönütler ve tepkiler ise anında alınamamaktadır. Bu da söz konusu kitle iletişim araçlarını tek taraflı kılmaktadır. Fakat internetin bunlardan farklı olarak bir sahibi bulunmamakta, üretilen içerikler ise filtreleme olmaksızın doğrudan topluma sunulabilmektedir. Sahip olduğu bu özellikler interneti tek taraflı olmaktan çıkarıp, aynı zamanda kullanıcısında üretici olabildiği, etkileşimli bir iletişim aracı yapmaktadır (Yıldız, 2007, s. 610-612).

İnternetin tarihsel serüvenine baktığımızda ise 1969 yılında ABD Savunma Bakanlığına bağlı olan ARPA adlı kurum tarafından askeri verilerin koordineli bir şekilde ulaştırılması ve dağıtılması amacıyla ARPANET adında bir projeye başlandığını görürüz. 1970'li yıllarda ise ARPANET'e ek olarak özel sektörlerinde gayretleriyle farklı internet ağlarında devreye girmeye başladı. 1980'li yıllarda ise bütün Network'leri bir araya getirerek bir tür ağlar ağı inşa etmeyi öngören TCP/IP Protokolü imzalandı (Castells, 2008, s. 65). Böylece internet cihazları ile veri iletme/alma birimleri arasında koordinasyonu sağlayan, veri iletişimini ve paylaşımını olanaklı kılan bir imkan doğdu. Yine bu yıllarda internet olanağını üniversitelerin ve araştırma kuruluşlarının hizmetine sunan NSFNET kuruldu. 1990'larda ise internet popürlüğünü artırmaya başlayınca, 1993'te ABD hükümetinin kararıyla ticari kullanım maksadıyla halka arz edildi (Kılıç , 2014, s. 81). İnternetin

insanların yaşam alanına girmeye başladığı bu yıllarda İngiliz mühendis Tim Berners Lee tarafından World Wide Web (www) servisi geliştirilmiştir. Web servisi internetin toplum tarafından ulaşılabilir olmasında önemli bir işlevi yerine getirmiştir (Castells, 2008, s. 65).

Bireyin ve toplumsal hayatın her alanında etkili bir unsur haline gelen internet teknolojisi bu süreçte büyük bir gelişim trendi yakalamıştır. Örneğin Web'in üç aşamadan oluşan gelişim sürecini incelediğimizde; Web 1.0 teknolojisinde bilginin Web'ten yayınlanan belgeler olduğunu görürüz. Bu süreçte, kullanıcılar pasif birer seyirci konumdadır. Web 2.0 teknolojisi ise Web 1.0'da ki bilginin yayınlanma sürecine kullanıcıyı da ortak ederek sosyal hayattaki rolünü arttırmaya başlamıştır. Böylece kullanıcılar pasif birer seyirci olmaktan çıkarak, katılımcı olmaya başlamışlardır. Web 3.0 teknolojisi ise interneti adeta yaşanan bir alan haline getirmiştir. Web 3.0 ile beraber artık kullanıcılar diğer bireylere, kurumlara ve kitlelere ulaşırken zaman kavramından ve kısıtlamadan kurtulmuş, sürekli erişilebilir hale gelmiştir (Fuchs vd. 2010). Günümüzde toplumun hemen hemen bütün katmanlarının benimseyerek kullandığı Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal medya ağları Web 3.0 teknolojisinin en bilinen ürünleridir (Kılıç, 2014, s. 82).

İnternetin ülkemizdeki gelişim sürecine bakıldığında; ilk olarak 1986 yılında kurulan EARN (European Academic and Research Network)/BITNET (Because It's Time Network) alan ağı ile TÜVEKA (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı) arasında bağlantı kurulduğunu görmekteyiz. İlerleyen süreçte bu ağın yetersiz kalması üzerine, 1991 yılında ODTÜ ve TÜBİTAK, internet teknolojilerinin daha verimli ve ihtiyacı karşılamaya yönelik kullanılabilmesi adına yeni bir proje başlatmışlardır (Güdücü, 2006, s. 66). Bu proje kapsamında 12 Nisan 1993'te 64 Kbps kapasiteli kiralık hat ile ODTÜ-Washington bağlantısı kurularak Türkiye'ye resmen internet bağlanmıştır (Ülkü, 2011, s. 53). 1995 yılına gelindiğinde Türk Telekom tarafından ülkede yaygınlaşmaya başlayan internet altyapısını işletmek ve geliştirmek adına TUR NET kurulmuştur. TUR NET'in devreye girmesinin akabinde internet hizmeti verebilmek amacıyla bir çok ISS (İnternet Servis Sağlayıcı) firma kurulmuştur. Önceleri sadece büyük şirketlerin ve akademik kuruluşların faydalanabildiği internet, ISS sayesinde herkes tarafından faydalanabilir hale gelmiştir (Güdücü, 2006, s. 67).

2.1.3.5. Telefon ve akıllı telefon. Teknik olarak farklı yerlerde bulunan insanlar arasında haberleşmeyi ve iletişimi sağlayan bir araç olan telefon 1876 yılında Amerikalı bilim adamı Alexander Graham Bell tarafından icat edilmiştir. Bu yeni iletişim aracı o güne kadar geliştirilen iletişim araçları içinde en iyi olanı olarak kabul edilmiştir. Yeni telefon teknolojisi ile ilk etapta iletişim sadece kısa mesafede kurulan hatlarla yapılabilmektedir. Alexander Graham Bell daha uzaktakilerle de iletişim kurabilmek için çalışmalar sürdürmüştür, zamanla bu sıkıntılar tamamen giderildi (Akdoğan, 1996, s. 1-5). Günümüzde ise insanlar dünyanın bir ucundan diğer ucuna telefon vasıtasıyla çok rahat iletişim kurabilmektedir. Zaman içinde değişen kullanım ihtiyaçlarına göre telefonlarında; ahizeli telefonlar, telsiz telefonlar, tuşlu-elektronik telefonlar, ekranlı telefonlar ve cep telefonları gibi farklı çeşitlerin ortaya çıktığı görülmektedir (Kılıç, 2014, s. 41-49).

Akıllı telefonların gelişimi ise coğrafi koşulları kablo döşenmesine çok uygun olmayan ülkelerde başlamıştır. Coğrafi zorluklardan hareketle iletişim için alternatif yollar aranmaya başlaması cep telefonlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. 1991 yılında Nokia tarafından Finlandiya’da ilk cep telefonu üretilmiştir. GSM teknolojisinin yaygınlaşmasıyla cep telefonlarının fonksiyonları da artmaya başlamıştır. İlk etapta sadece sesli iletişime olanak sağlayan cep telefonları zamanla mesaj yollayabilir, fotoğraf çekebilir, video kaydedebilir ve bunları paylaşabilir hale gelmiştir. İnternet teknolojisindeki gelişmeler ile mobil hücresel veri ile internete bağlanabilir hale gelen akıllı telefonlar sayesinde günümüzde her an her yerde bilgi edinebilir, iletişime geçebilir hale geldik (Aygır, 2020, s. 12). Akıllı telefonlardaki bu gelişmeler sayesinde insanlar masaüstü bilgisayarlara bağımlı olmaktan kurtulmuşlardır. Bu yönü itibarıyla bu telefonlara taşınabilir bilgisayarda denilmektedir (Sserutte, 2020, s. 2).

2.1.3.6 Metaverse. Son zamanlarda çeşitli medya araçları sayesinde hayatımıza giren metaverse kavramı henüz ülkemizde yaygınlaşmamışsa bile yakın gelecekte dünyaya damga vurması beklenmektedir. Etimolojik olarak Yunanca, meta (ötesi, sonrası) ve batı dillerinde evren anlamına gelen universe kelimesinin birleşiminden oluşan kavram, evren ötesi anlamına gelmektedir. Bu kavram ilk olarak 1992 yılında yazar Neal Stephenson tarafından kaleme alınan Snow Crash isimli spekülatif bir bilim kurgu romanında ortaya atılmıştır (Lee vd. 2021, s. 1).

Metaverse prensipte yaşadığımız fiziki dünyaya paralel var olan sanal bir dünyadır. Bu sanal dünyaya internet marifetiyle katılım sağlanmaktadır. Fiziksel dünyadan bağımsız olan bu evrende kullanıcılar gerçek hayattaki kişiliklerinin metaforu olan avatarlar ile temsil edilmektedirler. Bu avatarlar sayesinde kişilerin, gerçek hayattaki yaşantılarına alternatif yaşam formlarını deneyimleyebilmeleri mümkün hale gelmektedir (Ning vd. 2021, s. 2-3).

Metaverse birçok araştırmacı tarafından yeni nesil internet olarak da tanımlanmaktadır. Çünkü kullanıcı bu dünyaya bilgisayarların veya akıllı telefonların yanı sıra arttırılmış gerçeklik cihazları ile giriş yapmakta, diğer insanlar veya sanal nesneler ile beş duyu organı ile etkileşim kurmaktadır. Bu yönüyle metaverse, içinde bulunduğumuz dünyanın sunduğu imkânların büyük bir bölümünü, belki de daha fazlasını evlere kadar getirme potansiyeli taşımaktadır. Günümüzde bazı oyun şirketleri yavaş yavaş bu yeni sanal dünyada, sanal konserler düzenlemektedir. Bu konserler ise oyunun kullanıcıları tarafından büyük bir ilgi ile karşılanmaktadır. Önümüzdeki yıllarda bu sanal dünyalarda insanların spor müsabakalarını takip etmesi, toplantılar düzenlenmesi, alışveriş yapılması, eğitim verilmesi planlanmaktadır (Doko, 2021, s. 79).

2.1.4. Medya ve çocuk gelişimi. Modern toplum medya ortam ve araçlarıyla kuşatılmış durumdadır. Gündelik hayatımızda büyük avantajlar sağlayan bu kuşatma, medyanın birey ve toplum üzerindeki etkisini de artırmıştır. Toplum yapımızın her kesimine etki eden medya yolladığı mesajlar ile bazı grupları daha fazla etkilemektedir. Hiç şüphesiz bu gruplardan birisi de çocuklardır. Çocuklar gelişim basamağının henüz başında olmalarından dolayı zararlı ve yararlı her türden etkiye açık haldedirler. Toplumsal hayatın tüm kesitlerinde oldukça aktif bir yer edinen medyanın dikkat çekici biçimde çocukluk döneminin hemen hemen tamamında önemli bir yer işgal ettiği görülmektedir. Çocukların gelişim ve öğrenme süreçlerini yapılandıran faktörler aile, okul ve arkadaş çevresi olmakla beraber günümüzde medya araçları bu faktörleri de kapsayarak çocuklar üzerinde daha etkili olmaya başlamıştır (Durmuş, 2020, s. 3).

Medyanın kapsayıcılığı günümüzde milyarlarca dolarlık bir iş hacmine sahip olan çocuk medyasını ortaya çıkarmıştır. İçinde yaşadığımız yüzyıl, medyanın çocuğun günlük yaşamında daha fazla yaygınlaştığı ve nüfuz ettiği bir dönem olmuştur. Artık

çocuklar gelişim dönemlerini büyük oranda ekran önünde geçirmektedir (Wartella & Robb, 2008, s. 1, 58).

Erken çocukluk dönemindeki çocuklar önemli ölçüde televizyon pazarının çocuklara ulaşabilmek için kullandığı programlar, lisans anlaşmaları ve reklamlar ile karşılaşmaktadır. İlk ve orta öğrenim seviyesindeki çocuklar ise yüksek oranlarda video oyun oynarken ergenlerin büyük çoğunluğu arkadaşlarıyla Facebook, WhatsApp veya Messenger gibi sosyal medya ağ sistemleri sayesinde bağlantı kurmaktadır (Lenhart vd. 2011, s. 19-21).

Medya ortam ve araçlarının sunduğu eğlence dünyası çocukların ev ve okul ortamlarına sirayet etmiş ve çocukları çepeçevre sarmıştır. Gabler (2000)'in deyimiyle böylesine büyük bir eğlence balonu içerisinde ve kısmen eğlence yöntemleriyle büyüyen çocuklar ilerleyen süreçte geri kalan eğitim hayatının da böyle olacağı beklentisine girmişlerdir (Gabler, 2000, s. 136).

Medya ortam ve araçlarının çocukların dünyalarını geniş şekilde çevrelemiş yaygınlığı düşünüldüğünde araştırmacıların, sağlık sektöründe çalışanların ve politikacıların medyanın çocuk ile ilişkisini ve çocuk gelişiminin rolünü doğru bir şekilde anlamaları önemli bir konudur (Piotrowski, Vossen & Valkenburg, 2013, s. 245).

Her yaştan çocuk ister televizyondan sunulsun, ister gerçek hayatta deneyimlesin bir şekilde çevresinde olup bitenleri anlamaya çalışır. Piaget'e göre bu anlam arayışı çocuğun çevresini bir düzen, yapı ve öngörülebilirlik içerisinde algılama ihtiyacından kaynaklanır. Çocuklar yaşadıkları olayları ve çevresini açıklayıp, işleyebildikleri zaman, dünyaları onlara bir anlam ifade eder ve bilişsel bir dengeye kavuşarak anlamlı bir hayat yaşarlar. Ters olduğu durumlarda ise yani çocuğun çevresine anlam katamadığı durumlarda, bir tür bilişsel dengesizlik hali yaşanır ve bu uyumsuz durumu çözmek adına çocuk daha iyi bir anlam arayışına girer (Piaget, 1964, 182-185). Çocukların, anlayabilecekleri veya hâlihazırda kavramsal bütünlüklerine kısmen dâhil edebilecekleri mesajları tercih ettikleri, aşırı basit veya aşırı karmaşık mesajları tercih etmedikleri görülmüştür. Bu durumu formüle etmek için geliştirilen orta-tutarsızlık hipotezinden hareketle, bebekler ve okul öncesi döneminde bulunan çocuklar anlayabilecekleri, kavramsal bütünlüklerine ters düşmeyen ortalama bir derecede olan içerikleri tercih etmektedirler. Çocuğun gelişimi ve olgunlaşması sonucunda bu derecelendirmenin dikkate değer biçimde değişime uğradığı açıktır.

Yani iki yaşındaki bir çocuk için çok karmaşık olan içerikler, dört yaşındaki bir çocuk için aşırı basit bulunabilir (Valkenburg & Cantor, 2000, s. 138).

Çocukların duygu, düşünce, korku, kaygı ve gerçeği değerlendirme durumları da yaş dönemlerine göre değişkenlik gösterir. Çoğu zaman medyanın kendisine ilettiği mesajları, kendi zihin, hayal gücü ve düşünce dünyasına göre şekillendirir. Çok hızlı bir şekilde gelişen zihin ve dil becerilerine karşın daha yavaş gelişen mantıklı düşünme ve kavramsallaştırma yeteneklerinin medya alanındaki hızlı gelişimleri takip edememelerine sebep olur. Bronfenbrenner'e göre medya ortam ve araçları bir ekosistem ögesi olarak daha büyük bir çevrenin elemanıdır ve çocuğun sosyalleşme gereçlerinden birisidir (Bronfenbrenner, 1981, s. 241-242). Bu yönüyle de çocuk için giyim tarzını belirleyen, oynadığı oyunlarda, model aldığı karakterlerde, yedikleri şekerlemelerde terennüm eden önemli bir çevresel etki alanına sahiptir Yetişkin algısına hitap ederek üretilen bazı içerikler ve soyut kavramlar ise çocukların algısal yapıları üzerinde bazı olumsuzluklara sebep olmaktadır (Ertürk, 2011, s. 53-54).

Konuyla ilgili bir değerlendirmede bulunacaksa çocukların medya ile olan ilişkilerini anlamak ve tercihlerine dair yorum yapabilmek için çocukların gelişim dönemlerini de bilmek önemlidir.

2.1.4.1. Bilişsel gelişim ve medya. Bilişsel kelimesi anlamsal olarak bilgiyi, belleği, kavramları ve düşünmeyi, problem çözmeyi, akıl yürütmeyi ifade eden geniş anlamda zihni de kapsayan bir terimdir (Gander & Gardiner, 2004, s. 166). Akıl yürütme, problem çözme, okuma-yazma ve hafıza aktiviteleri, yaratıcılık gibi yetenekler biliş kavramının kapsama alanına girmektedir (Morgan, 2009, s. 53).

İsviçreli psikolog Jean Piaget'nin Bilişsel Gelişim konusunda geliştirdiği etkileyici kuramı, günümüzde de geçerliliğini korumaktadır (Piaget, 1964; Aydın, 2010).

Piaget'ye göre zekâ, çevreye uyum süreci ile ilişkili bir kavramdır ve çocuk ile çevresi arasında daima bir etkileşim söz konusudur. Bu süreçte çocuk çevresinde olup bitenlere anlam katabilmek için zihnindeki şemalardan faydalanır. Fakat aynı zamanda içinde bulunduğu çevrede çocuğu etkiler ve çocuk yeniden bir anlam arayışına girer. Böylece değişen çevre koşulları ve çocuğun bu koşullara uyum sağlama süreci bilişsel yapının gelişmesini sağlar. Piaget bu sürecin gelişim

dönemlerine göre farklılık arz edebileceğini ve bilişsel yapıların niteliksel olarak birbirinden farklı olacağını ifade etmektedir (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 26).

2.1.4.1.1. 0-2 Yaş bilişsel gelişim ve medyanın etkileri. Piaget'nin kuramına göre yaşamın ilk dönemleri duyu-hareket dönemidir (0-2 yaş). Bu dönemde bebeğin zekâsı, yaptığı fiziksel eylemlerle sınırlıdır. Doğumdan itibaren bebeğin donanımında hazır bulunan bilişsel şemalar, onun çevresini ve dünyasını kavramasına yardımcı olur. Bu şemalar, bebeğin ilkel zihin yapısında bilgi kaynağının temel birimleridir (Ertürk, 2011, s. 58-59). Bu dönemdeki bebekler deneyimledikleri cisimleri ve olayları bu şemalara göre kurgulamaktadırlar (Durmuş, 2020, s. 30). Örneğin bebeğin dudaklarına temas eden bir nesneyi emmeye başlaması önceleri bir refleks iken daha sonraları bu emme davranışı öğrenilerek bir şema oluşturulur (Ahioğlu Lindberg, 2011, s. 5). Bunun gibi deneme-yanılmalar ile bebek çeşitli şemalar oluşturur ve dokunma, yeme, içme gibi eylemleri düşünsel bir zeminde organize etmeyi ve bunlar arasında seçim yapabilmeyi öğrenir (Artan ve San Bayhan, 2004, s. 68).

Bu yaş grubundaki bebekler için medya araçları ve kullanımı uzun yıllardan beri tartışma konusudur. Bazı sağlık uzmanları medyanın bu gruptaki bebekler üzerinde etkilerine şüpheyle yaklaşmaktadırlar. Bu şüphe ve kaygılar beraberinde toplumun medyaya karşı tepkisel bir hareket oluşturmaya neden olmuştur. Bunun bir sonucu olarak Amerikan Pediatri Akademisi, bebeklik döneminin ilk iki yılında televizyon seyredilmemesini önermiştir (AAP, 2016). Farklı ülkelerde ise bebeklere dair yapılan programlar yasaklanmıştır. Her ne kadar medya araçlarının uygunluğu tartışma konusu olsa da, bu dönemdeki bebeklerin kesin bir şekilde belirli bir medya temayüllerine sahip olduğu bilinmektedir. Özellikle göz alıcı şekillere, hareket akışına sahip içeriklerin çocuğun dikkatini çekmede mahir olduğu görülmektedir. İlerleyen süreçte bu seçimler yerini, daha yavaş akan, genellikle tekrara dayalı, sözel iletişimin ağırlıklı olduğu içeriklere bırakmaktadır (Piotrowski vd. 2013, s. 214).

Bu seçimler ve eğilimler büyümeye bağlı olarak değişse de medyanın şema gelişimi üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Bu dönemi daha sakin ve durgun zihinsel aktivitelerle geçirmesi gereken bebek örneğin yaygın bir medya aracı olan televizyonun adeta renk cümbüşü içinde hızlıca akan görüntülere maruz kalır. Bu hızlı ve akıcı görüntü yığını bebeğin zihninde sağlıklı şemalar oluşturmamasını

zorlaştırır. Bu durum ilerleyen süreçte bebeğin belleğinin gelişmemesine ve istemsiz hareketler yapmasına neden olabilir (Ertürk, 2011, s. 59).

Daha çok genç olan bebeğin beyni gelişimini daha tamamlamadığı için bir yetişkinin zihinsel aktivitelerini gerçekleştiremez. Bunun için 0-2 yaş arasında beyin gelişimi oldukça önemli yer tutar. Bu dönemde bebeğin zihinsel faaliyetler ile bilişsel gelişimini sürdürmesi gerekirken odak noktasının televizyona kayması, zihinsel işleyişin kesilmesine sebep olur. Bu da dikkat dağınıklığına, düzensiz bir zihne neden olur. Bir başka deyişle beynin düşünce gücü ve zihinsel çaba gerektiren durumlardan kaçınmaya başlar (DeGaetano, 2005, s. 141).

Keskindemirci ve Gökçay (2020) ise 18-36 aylık bebekler üzerinde yapmış oldukları araştırmada ekran maruziyet süresinin yüksek olduğu çocuklarda dil gelişiminin zayıf olduğunu vurgulamışlar ve dil gelişiminin gecikmesine sebep olduğunu belirtmişlerdir (Keskindemirci ve Gökçay, 2020, s. 31-32). Amerikan Pediatri Akademisi ise medya araçlarına sürekli maruz kalan çocukların başta konuşma, heceleme, agulama, cümle kurma gibi gelişimsel faaliyetlerde gecikme yaşadıklarını belirtmektedir. Skype, FaceTime gibi görüntülü iletişim sağlayan medya araçlarını aktif olarak kullanan ebeveynlerin bu esnada bebekleri de sürece dahil ettiklerini fakat bebeklerin buna bir anlam veremediklerini ve bilişsel işleyişlerinde anlamsızlıklar oluştuğunu ileri sürmektedir (AAP, 2016).

2.1.4.1.2. 2-7 Yaş bilişsel gelişim ve medyanın etkileri. Piaget'nin kuramına göre 2-7 yaş arasındaki döneme İşlem Öncesi Dönem adı verilmiştir. Bu dönemde çocuklar nesneleri ve olayları temsil etmek için semboller (zihinsel imgeler, kelimeler, jestler) kullanırlar. Yani nesneler, ilişkiler, nedensellik, uzay ve zamana ilişkin önceki dönemdeki edinilen şemaları yeni bir ortamda ve daha yüksek düzeyde organize edilmiş bir yapı içinde yeniden revize ederler. Yine bu dönemde çocuk benmerkezciliği de ortaya çıkar. Benmerkezciliğe, sınırlı iletişim yeteneğine rağmen çocuğun bilişsel gelişimi giderek daha organize ve mantıklı hale gelir. Bu, çocuklara nedenler hakkında düşünme ve bolca sorgulama fırsatı verir (Miller, 2011, s. 645). Fakat daha henüz bilişsel eylem gerektiren faaliyetler görülmez. Bundan dolayı bu dönemdeki çocukların sınırlı bir düşünce sistemi vardır (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 32).

Zihinsel olgunluğun tam olarak oluşmadığı 2-7 yaş arası dönemde çocukların gerçek olan ile hayal olan şeylerin arasındaki farkları ayırt edememeleri, utanç, kıskançlık, suçluluk gibi kişilik oluşumunun birer elamanı olan duyguların deneyimlenmesi ortaya çıkar. 4. yaştan itibaren diğer insanların içinde bulunduğu duygu durumlarını da anlayabilirler. Fakat bu anlamlandırma algısal şekilde değil de, dışarıdan görülür (ağlama, gülme) şekilde olduğu zaman gerçekleşir (Piotrowski vd. 2013 s. 220).

Bu dönemde medya orta ve araçlarına olan ilgi çok hızlı bir şekilde artmaktadır. Fakat artan ilgiye rağmen çocukların bilişsel kapasiteleri hala sınırlıdır, bu ise medyadan servis edilen içeriklerin anlamlandırılmasında zorluk yaratır. Bu dönemin en belirgin özelliklerinden olan bilişsel kapasitedeki sınırlılık durumu çocukların medyanın daha yüzeysel taraflarını, örneğin karakterleri, göze hitap eden içerikleri tüketmesine neden olur. Diğer yandan hayal olan ile gerçek olanı ayırt edemeyen çocuk televizyondaki karakterlere karşı derin bir duygu durumu yaşayabilir, bir çizgi filmde gösterilen olaydan etkilenebilir (Özkan ve Yılmaz, 2016, s. 119-120).

Sosyal öğrenme kuramının temsilcisi Bandura ve arkadaşlarının yaptığı bir deneyde, çocuklara saldırganlık öğeleri barındıran bir çizgi film izletilmiş ardından da çocukların her birine oynamaları için bebek oyuncaklar verilmiştir. Yapılan gözlemler sonucunda çocukların herhangi bir pekiştireç almaksızın çizgi filmde gördükleri davranışı taklit ettikleri görülmüştür (Hargreaves & Hargreaves, 1997, s. 30). Çocukların bu dönemde etkilendikleri şeyler tüm yaşamları boyunca onlarla beraber olurlar. Soyut düşünme yetenekleri gelişmeyen bu dönemdeki çocukların maruz kalacakları olumsuz içerikler onları günlerce huzursuz edebilir (Ertürk, 2011, s. 62).

2.1.4.1.3. 7-12 Yaş bilişsel gelişim ve medyanın etkileri. Piaget'ye göre 7-12 yaş arasındaki döneme Somut İşlemler Dönemi denir. Bu dönemde çocuğun bilişsel işlevleri ortaya çıkar ve duyular vasıtasıyla çevresiyle somut nesneler üzerinden iletişime geçebilir (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 32). Çocuk önceki döneme göre daha esnek düşünebilirken artık soyut kavramlar üzerine düşük düzeyde de olsa fikir yürütmeye başlar. Eylemsellik hala bilginin ana kaynağı olmaya devam etse de, bu dönemde zihinsel bir süreç olma karakteri de taşır. Algılar genellikle mantık ile

hareket etme eğilimindedir, öyle ki çocuklar kendi görünüşlerini değiştirseler bile değişenin sadece görüntüden ibaret olduğunu anlayabilirler (Miller, 2011, s. 647).

Soyut düşünme becerilerinin gelişmeye başlamasına paralel olarak 7-12 yaş arası dönemdeki çocuklar örgün eğitim hayatına da adım atarlar. Bunun da etkisiyle çocukların düşünce süreçleri önceki dönemlere göre daha olgun bir seyir izler. İşlem öncesi döneme özgü olan hayal olan ile gerçek olanı ayırt edememe sorunu ortadan kalkar ve gerçekliği ayırt edebilir hale gelirler (Aral ve Baran, 2011, s. 169, 322). Buna bağlı olarak ekranın onlara sunduğu karakterlere dair ilgileri ciddi bir azalış trendi içine girer. Fakat medyaya olan ilgileri artarak devam eder. Televizyon izleme, video oyun oynama ve sosyal medyada vakit geçirme alışkanlıkları bu dönemde de devam eder. Televizyon izleme oranı dikkat çekici bir şekilde artmasına rağmen, video oyunlarını ve sosyal medya uygulamalarını kullanımda da bir önceki döneme kıyasla hızlı bir artışın olduğu açıkça görülür (Piotrowski vd. 2013, s. 222)

Somut işlemler dönemindeki çocuklar, medya içerik tercihlerinde yavaş ve durağan programlar yerine daha girift ve temposu yüksek programlara yönelim içine girerler. Medya pazarı ise bu yaş grubuna yönelik aksiyonu yüksek yapımlar üretir. Çocuk çevresine ve detaylara ilgi duymaya başlar, bu durum onların daha karmaşık karakterlere ve gizemli olay örgülerine merak duymalarına neden olur. İşlem öncesi dönemdeki çocuklar seyrettiği karakterin dış görünümüne ilgi duyarken, bu dönemdeki çocuklar karakterlerin psikolojik durumlarına ilgi gösterirler (Kırık, 2013, s. 193-194). Televizyon izleme alışkanlığının bu dönemin ilerleyen evrelerinde özellikle eğitim hayatı başladıktan sonra, kelime dağarcığının gelişmesinde ve dil gelişiminin artmasında olumlu bir etkisi olduğu bilinmektedir. Fakat burada önemli olan nokta bunun okul çağındaki çocuklar üzerinde olumlu bir etki yarattığıdır. Diğer türlü televizyon izleme, video oyun oynama gibi aktiviteler ile kitap okuma alışkanlığı arasındaki ilişkilere dair yapılan birçok araştırma bunun kitap okuma üzerinde olumsuz bir etki yarattığı noktasında birleşmektedir (Ertürk, 2011, s. 64).

Birçok farklı medya aracına ulaşma imkânına kavuşan çocuklar bu dönemde medya ortam ve araçları ile çok fazla ilişki içine girerler ve günün büyük bölümünü bunlara hasrederler. Bu durum ise diğer aktivitelerden uzaklaşmayı ve bağımlılığı beraberinde getirir. Bu ise bedensel sağlığın bozulmasına ve psikolojik sorunların başlamasına sebep olabilir (Durmuş, 2020, s. 55).

2.1.4.1.4. 12 Yaş üstü bilişsel gelişim ve medyanın etkileri. Piaget'ye göre bu dönem düşünce gelişiminin en üst formu olan Soyut İşlemler Dönemidir. Aynı zamanda ergenlik çağına da giren çocuklar, sadece somut olay ve nesneler üzerine değil, sözel ve mantığa dayalı olaylar üzerine de düşünebilir (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 32), somut olayların sebep ve sonuçları hakkında ilişkiler kurup hipotezler üretebilirler. Böylece düşüncelerinde daha mantıklı, soyut kavramlara ilişkin daha kesin bir eğilim hâkim olur. Ergen bu dönemde olası sonuçlara dair senaryo kurabilir ve muhtemel sonuçlar hakkında yargı sahibi olabilecek kadar bilişsel bir gelişim gösterebilir (Miller, 2011, s. 652).

Medya, 12 yaş üstü dönemdeki ergenlerin günlük yaşamlarında çok önemli bir yer kaplamaktadır. Rideout, Foehr ve Roberts (2010) tarafından yapılan araştırmaya göre ise 12-18 yaş aralığındaki ergenlerin günde yaklaşık 12 saat medyaya maruz kaldığı, cinsiyete göre dağılımda ise erkeklerin kızlara göre medyayla bir saat fazla vakit geçirdiği tespit edilmiştir (Rideout, Foehr & Roberts, 2010, s. 5). Ergenlik döneminde gerçekleşen bilişsel değişiklikler ile medya kullanımının artışı arasında da bir etkileşim bulunmaktadır. Artan soyut düşünme becerisi sayesinde ergen, önceki dönemlere nazaran çok daha karmaşık olay örgüsüne sahip program ve uygulamaları tercih etmektedir. Yetişkinliğe yaklaşımın ilk adımları olan bu dönemde yetişkinlere yönelik üretilen, bolca aksiyon, saldırganlık, korku unsurları içeren ürünler tercih edilmeye başlamaktadır. Diğer yandan akranlarıyla iletişim kurabilme, içinden geçenleri daha rahat ifade edebilme ve bir tür kimlik inşa edebilme ya da sosyal aidiyet duygularını bir tatmin edebilme aracı olarak gördükleri sosyal medya uygulamalarının (Facebook) aktif birer kullanıcısı olmaya başlarlar (Greenhow, Robelia & Hughes, 2009, s. 252).

2.1.4.2. Duygusal gelişim ve medya. Çocuklar gelişim dönemlerinin bütün evrelerinde duyguların etkisi altındadır. Yapılan araştırmalar yeni doğan bir bebeğin yüz ifadelerinden, mutlu olduğunun, kızdığının veya korktuğunun anlaşılabilirliğini göstermektedir (Ertürk, 2011, s. 55). Bu durum mutluluğun kökenleriyle alakalı sorular sorulmasına neden olmaktadır. John Watson gibi psikoloji kuramcıları duygunun kökenlerinin doğuştan kazanıldığını yani genetik olduğunu ifade etmektedir (Aydın, 2010, s. 108). Jost ve Sontag (1944) ise tek yumurta ikizleri üzerinde yaptıkları çalışmalarda bu ikizlerin duygusallık ölçümlerinde anlamlı

benzerlikler görmüşler ve duygusallığın genetik kökenli olduğunu belirtmişlerdir (Jost & Sontag, 1944, s. 126).

Her ne kadar temel duygular doğuştan hazır bir paket halinde bizimle beraber doğmuş olsalarda duyguların gelişimi, çeşitliliği ve özelleşmesi uyaranlara karşı verdiğimiz tepkilerle gerçekleşir. Bu ise bilişsel gelişimin artması ve öğrenme ile alakalı bir durumdur. Birçok insanda var olan yılan korkusu buna bir örnektir. Şayet yılan korkusu genetik olsaydı yeni doğan bebeklerin de yılanlardan korkması gerekirdi. Fakat bir yılanla ilk defa karşılaşan bir bebeğin ondan korkmadığı bilinmektedir. Bununla birlikte yetişkin olan bireylerin birçoğunun yilandan korkması muhtemeldir. Bu durum, bireyin korku ediniminde öğrenmenin de etkili olduğu anlamına gelmektedir (Aydın, 2010, s. 107).

2.1.4.2.1. 0-3 Yaş duygusal gelişim ve medyanın etkileri. Bu dönemdeki bebeklerin, kendilerine temel bakım veren kişilerle yani anne-babalarıyla olan ilişkileri onların duygusal gelişimi için oldukça önemlidir. Henüz yeni doğan bebekler fiziksel ihtiyaçlarını kendisi gideremediği için birçok açıdan korunma ve gözetilme ihtiyacından dolayı kendilerine bakan kişiye muhtaçtır. Bu muhtaçlık durumundan hareketle bebekler ve bakıcıları arasındaki ilişki ilerleyen süreçte bebeğin duygusal gelişiminde kritik bir öneme sahiptir (Ercan, 2019, s. 127-128). Bu dönemde bebekle birlikte geçirilen zaman, bebeğin içinde bulunduğu sosyal çevreyi tanımasına ve iletişim becerilerini geliştirmesine katkı sağlar. Bu dönemde bebeğin ağzından ilk sözcükler çıkar ve dil gelişimi başlar (Ertürk, 2011, s. 55).

Bebeklerin yaşamının ilk yıllarını kapsayan dönemde gereğinden fazla medya unsurları ile ilişki kurması duygusal gelişimlerinde problemlerin oluşmasına sebebiyet verebilmektedir. Ebeveynlerin veya bakıcıların bu dönemdeki çocukları özellikle televizyon olmak üzere diğer medya araçlarının önünde beslemeleri, uyutmaları uzun vadede bu çocuklarda beslenme ve uyku sorunları görülmesine sebep olmaktadır (Durmuş , 2020, s. 24-25).

Diğer yandan yaşamın ilk yıllarını kapsayan dönemde bebek ile ebeveynleri arasında sevgi bağları kurulmaya başlamaktadır. Bağ kurma süreci sağlıklı işlediği takdirde bebekte temel güven duygusunun oluşmasına katkı sağlar. Bu bakımdan bebeğin yaşantısındaki aynılık, süreklilik ve tutarlılık başta güven olmak üzere birçok duygunun gelişimi için son derece önemli bir rol oynamaktadır (Lindberg ve Ahçı,

2019, s. 48). Başta ebeveynlerin bebeğe ayrılması gereken zaman diliminde medya araçlarına odaklanması veya bebeğinde bulunduğu bir ortamda medya unsurlarının örneğin televizyonun açık olması bebeğin algısı üzerinde olumsuz etkilere sahiptir. Bu durum ise bebek ile ebeveyn arasında ilişki kurulmasına yardım eden bağlanma koşullanmasına engel teşkil edebilir (Işıkoğlu ve Ergenekon, 2021, s. 123-124).

2.1.4.2.2. 3-7 Yaş duygusal gelişim ve medyanın etkileri. 3-7 yaş döneminde çocuğun çevresindeki akranlara dair ilgisi artmaktadır. Ancak durum böyle olsa da çocuklar için ebeveynler hala temel odak noktası konumundadır. Dönemin başlarında çocukta öz bakım, kişisel kontrol ve özerklik duyguları artar. Bu gelişmeler çocuğun duygusal ve fiziksel olarak bakıcı veya ebeveynlerden özerklik kazanma arzusu içinde olduğunu gösterir. Fakat bu özerklik arzusu bazen çevresel kurallarla çatışır ve çocuğun gelişiminde inatçılık, şüphecilik ve utanç gibi duyguların oluşmasına sebep olabilir (Elkind ve Dönmez, 1979). 4-6 yaşlarında ise çocukta üretkenliğin başladığı görülür. Çocuk yeni şeyler üretmeye ve yeni fikirler oluşturmaya oldukça heveslidir. Sürekli sorular sorarak çevresini ve kendisini tanımaya çalışır. Bütünsel olarak bu dönemde çocuk oldukça şüpheli ve meraklıdır. Bu duygular sayesinde sağlıklı bir gelişim süreci geçirebilmektedir (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 48).

3-7 yaş dönemindeki çocukların soyut düşünme becerileri ve kelime hazneleri tam gelişmemiştir. Bundan dolayı duygu durumlarını anlatacak sözcüklere sahip değildirler. Dolayısıyla duygularını ifade ederlerken çoğu zaman jest, mimik ve fiziksel hareketlere başvurabilirler. Örneğin kızmış olan bir çocuk kızgınlığını ifade edemediği zaman akranlarına veya yetişkinlere saldırır, korkmuş olan çocuklar ebeveynlerine yönelir, mutlu olan çocuklar ise bu durumu gülerек, okşayarak veya sarılarak ifade edebilirler (Elkind, 1999, s. 135).

Çocuğa dair en önemli gelişmelerden birisi de dil gelişiminin bu dönemde başlamasıdır. Dil gelişimi için kritik dönem kabul edilen 3-7 yaş arasında çocuk birçok kelimeyi çok hızlı bir şekilde öğrenir ve dil edinmeye başlar. Dilin başkalarının sözlü iletişimlerini gözlemleyerek de kazanılabileceği bilinmektedir. Televizyon ise başkalarının iletişiminin bol miktarda gözlenebildiği bir medya aracıdır. Yapılan araştırmalarda çocuk izleyicilerin konuşma ve şarkı söyleme gibi sözlü eylemlere katıldıkları ve ekran başında oldukça aktif oldukları görülmüştür. Bu da televizyon izlemenin dil gelişiminde ve kelime dağarcığının zenginleşmesinde

etkili olduğunu göstermektedir (Lemish, 2015, s. 91). Fakat tam tersi şekilde çocukların medya araçlarına gereğinden fazla maruz kaldıkları takdirde akranları ile ilişki kurmada zorluk yaşadıklarına, sosyalleşme açısından yetersiz kaldıklarına ve dil gelişimlerinde sağlıklı bir seyir izleyemediklerine dair çalışmalarda mevcuttur (Pasquier, Buzzi , d'Haenens & Sjöberg, 1998, s. 516).

Endişe ve korku gibi duyguların yoğun şekilde yaşanması bu dönemin tipik bir özelliğidir. Bu duyguların kaynağı anlatılan hikâye ve masallarda, çocuğun hayal dünyasında yer alabilirken bazen de televizyonda veya farklı bir medya aracında gördüğü kurgularda olabilir (Artan ve San-Bayhan, 2004). Çocuğun devamlı surette medyaya maruz kalması, medyanın barındırdığı olumsuz unsurların çocuğun kötü etkilenmesine sebebiyet vermektedir. Bu yaş aralığında henüz gerçek olanı ve kurgu olanı ayıramayan çocuk, medyanın ona sunduğu korku ve şiddet içerikli unsurların da kurgusallığının farkına varamamaktadır. Bu da çocukların korkularının artmasına ve başka korkular kazanmasına neden olmaktadır (Durmuş , 2020, s. 27). Yapılan bazı araştırmalarda ise özellikle video oyunları ile fazla vakit geçiren bu dönem çocuklarında kaygı ve korku düzeylerinin arttığı görülmüştür. Benzer şekilde televizyona çok fazla maruz kalan çocukların daha az maruziyet yaşayan çocuklara göre endişeli ve saldırgan davranışlar sergilediği bilinmektedir (Wei, 2007, s. 378-379).

2.1.4.2.3. 7-12 Yaş duygusal gelişim ve medyanın etkileri. Bu dönemdeki çocuğun yaşamını okul biçimlendirmektedir. Temel odak noktası ve motivasyon kaynağı başarılı olmaktır. Yeni keşfedilen yeteneklerini sergilemek isteyen çocuğa fırsat verilmediğinde veya başarı duygusu doyurulmadığında aşağılık duygusu karşıt duygu olarak ortaya çıkabilir (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 48). Çocuk bu dönemde akranları ile iletişim içine girer, düşünme becerilerinde artış gerçekleşir ve farklı durumlara karşı farklı davranış sergileme becerileri kazanırlar (Durmuş, 2020, s. 27-28).

Benlik algısının gelişimiyle çocuğun yetişkinler gibi davranma çabasına giriştiği görülmektedir. Aile ile beraber izlenen bir televizyon programına ailenin verdiği tepkiler, endişeler, korkular doğrudan çocuğu etkileyebilmektedir (Ertürk, 2011, s. 57). Özenme, rol model alma gibi davranışların ortaya çıkması da bu dönemin tipik özelliklerinden birisidir. Çocuk ebeveynlerini, arkadaşlarını veya diğer insanları

örnek alabileceği gibi medyanın ona sunduğu karakterleri de örnek alabilir. Bu açıdan medya özellikle de televizyon zengin bir içeriği sahiptir. Medya kaynaklı rol-model alma davranışı çocuğun yeme-içme alışkanlıklarını, giyim-kuşam tarzlarını ve yaşam stillerini değiştirebilir. Diğer yandan özenme ve rol model almanın da ötesinde çocuğun tam olarak bir yaşam tecrübesi olmamasından dolayı ekranda gördüğü olay örgülerinin de etkisinde kalabilir. Özellikle endişeye, korkuya sebep olabilecek sahneler çocukta çevresine karşı güvensizlik duygusunun oluşmasına neden olacaktır. Bu güvensiz duygu durumu çocuğun kazanmış olduğu becerilerin gerilemesine ve yeni becerilerin kazanımına dair ürkekliğe sebep olabilir (Durmuş, 2020, s. 28).

Medyaya çok fazla maruz kalan çocukların, iletişim becerilerinde, akranlarıyla ve çevresiyle olan ilişkilerinde bozulmalar meydana gelebilir. Bu bozulmalar doğrultusunda çocuğun akademik başarısında, akran ve çevre ilişkilerinde, kişisel gelişimlerinde sorunlar yaşanmaktadır (Ertürk, 2011, s. 57).

2.1.4.2.4. 12 Yaş üstü duygusal gelişim ve medyanın etkileri. Bu yaş itibarıyla çocuklar ergenlik dönemine girer. Çok hızlı gelişen fizyolojik değişimler yanında yeniden biçimlenen toplumsal rolleri de getirir. Ergen bu dönemde gerçekte hangi kimliğe sahip olduğunu merak eder ve öğrenmek için yoğun gayret sarf eder, sorular sorar. Bu çabalarında yalnız bırakılırsa kimlik karmaşası yaşayabilir (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 48-49).

Önceki dönemlerde öfke ve mutluluk gibi duygu durumlarını somut davranışlarla ifade eden çocuklar ergenlik dönemine geldiklerinde duygularını gizleme eğilimine girerler. Erkek çocuklara nazaran daha erken bir yaş aralığında ergenlik dönemine adım atan kız çocukları duygularını erkeğe göre daha dengeli tutabilmekte ve kontrol altına alabilmektedir (Kulaksızoğlu, 2004, s. 103).

Ergenliğin henüz başlarından itibaren fizyolojik büyüme beraberinde hormonal salgı seviyesinin de artmasına neden olur. Hormon salınımındaki bu artış ergenin gerek duygularında gerek tutum ve davranışlarında farklılaşmalara neden olur (Piotrowski vd. 2013, s. 236). Bu dönemde ergende, duygu yoğunluğunda artış, duygularda istikrarsızlık, karşı cinse ilgi duyma, utangaçlık, aşırı hayalcilik, yalnız kalma isteği,

tedirgin ve huzursuz olma, çabuk heyecanlanma ve çalışmaya karşı isteksizlik gibi duygu durumları bariz bir şekilde görülebilir (Kulaksızoğlu, 2004, s. 105-106).

Ergenliğin kendine has özelliklerinden birisi de benmerkezci düşünce yapısıdır. Bu düşünceye göre ergen çevresindeki diğer insanlar tarafından sürekli izlendiği yanılgısına kapılır. Bu durum ergende hayali birtakım seyirciler tarafından izlendiği inancını oluşturur. Öyle ki ergen için bazen bir sivilce veya ters dönmüş bir saç teli büyük bir sorun olabilir. Benmerkezci düşünce yapısının diğer bir uzantısı da kişisel efsanelerdir. Ergen, hislerinin hiçbir zaman çevresindekiler tarafından anlaşılamayacağı kanaatindedir. Ona göre onun düşünce ve duyguları biriciktir. Onun hisleri ve duyguları bir başkası tarafından asla deneyimlenmemiştir (Aydın, 2010, s. 112).

Kendi içinde çok fazla duygusallık barındıran dönemde ergen ebeveynleri veya öğretmenleri gibi otoriteyi temsil eden kişilere isyankâr ve eleştirel bir tutum takınabilir. Benmerkezci bakış açısı arkadaş ilişkilerinde oldukça belirleyici bir rol oynar. Bu bakış açısı yüzünden ergen, arkadaş veya karşı cinsle olan ilişkilerinde oldukça kırılgan bir hale gelebilir. Kişisel efsane miti ise ergenin kendisini eşsiz ve benzersiz hissi uyandırdığı için çok riskli davranışlar yapılmasına sebebiyet verebilir (Piotrowski vd. s. 240).

Günümüzde medya ortam ve araçları ergenlik dönemindeki çocukların günlük yaşamında çok önemli bir yeri kapsar. Bu dönemde televizyona olan bağlılığın yanında video oyunlarına ve sosyal medya uygulamalarına da bağımlılık geliştirilir. Arkadaş ilişkilerine ve karşı cinse artan ilgiler ergenin bu bağları güçlendirmek adına internet tabanlı sosyal medya uygulamalarına yöneldiği görülür. Hormon seviyesindeki hızlı artış ergen duygusallığını daha hassas bir noktaya taşır. Bu dönemde ergen, medya tercihlerinde duygu yoğunluğu daha fazla olan içerikleri tercih etmekte, gelişen soyut düşünme becerisinden dolayı sosyal konulara eğilen programlara ilgi duymaktadır (Collier, 2015, s. 5-6).

Ergenliğin benmerkezci anlayış yapısından kaynaklı hayali seyirci yanılgısı, ergenlerde vücutlarına karşı bir memnuniyetsizlik veya olumsuz beden imgelemine sebep olabilir. Ergen bu dönemde çevresinin sürekli kendisini gözlediğini düşünmektedir. Bedeninde kusur arama eğiliminde olan ergen bu dönemde medyanın manipülasyonuna oldukça açıktır. Medya pazarı ise bu durumu lehine çevirmeyi

başarmıştır. Çoğu medya şirketi ideal belirli vücut ölçülerini idealize ederek reklamlar yapmaktadır. Bu durum ise kız çocuklarının ekrandan servis edilen kadın bedenleriyle ilgili ideal vücut algısına dair olumsuz tutum geliştirmelerine sebep olmaktadır (Benowitz-Fredericks vd. 2013, s. 699).

Diğer yandan ergenin bu dönemde kimlik oluşturmaya çalıştığını da (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 48) göz önünde bulundurduğumuzda, cinselliğe karşı bir ilgi geliştirdiği ve içerik tercihlerinde cinsellikle alakalı seçimler yaptığı da dikkat çekmektedir (Demir, 2011, s. 23). Ergenler medyadan sunulan içeriklere daha küçük yaş gruplarındaki çocuklar kadar duyarlı olmasalar da cinsel açıdan kendini keşfettiği bu dönemde cinsel içerikli medyaya karşı ilgi duyabilirler. Fakat bu medya içeriklerine uzun süre maruz kalmak ergenin benlik algısında değişikliklere yol açabilir. Medya bu süreçte tabu olarak görülen cinselliği ergene normatif bir davranış gibi göstererek bir tür süper akran rolünü üstlenir. Bu ise ergen üzerinde cinselliğe dair bir ilgi ve merak uyandırmaktadır. Brown ve arkadaşları (2005) yaptıkları araştırmada medyanın ergenler üzerinde cinselliğe dair onaylayıcı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır (Brown vd. 2005, s. 425-426). Gün geçtikçe televizyon ve internet tabanlı sosyal medya uygulamalarında ise müstehcen ve cinsellik içeren programların sayısı artmaktadır (Strasburger, Wilson & Jordan 2013, s. 254-261).

2.1.4.3 Ahlak gelişimi ve medya. Çocukların ahlaki yargılarının oluşmasında kişisel ve toplumsal değerlerin etkisi önemli bir yer kaplasa da bu süreç bilişsel gelişimden bağımsız düşünülemez. İlk etapta çevrenin ve toplumun kültür dairesinde, inanç sisteminde ve ebeveynlerinin iletişim biçiminde şekillenen ahlak anlayışı, ilerleyen dönemlerde bilişsel gelişimin katkısıyla soyut düşünme, muhtemel sonuçları önceden hesaplama, yargıda bulunabilme ve empati gibi kişisel değişkenlerle de perçinlenmektedir. Bu süreç sonucunda çocuğun çevresel etkiler ile kişisel değerlerin toplamı olan vicdan oluşur (Ertürk, 2011, s. 70).

Ahlak gelişimine bilişsel bir perspektif sunan kuramcılardan olan Piaget'ye göre ahlak gelişimi ile bilişsel gelişim arasında karşılıklı ve doğrusal bir ilişki vardır. Ona göre ahlaki gelişimin oluşması için bilişsel yeterliliğin olması gerekir. Piaget ahlaki kavram ve değerlerin 5 yaşından önce çocuk için bir şey ifade etmediğini; çünkü

çocuğun bilişsel olarak bu yaştan önce kurallar ve değerler hakkında bilişsel bir erinliğe sahip olmadığını söyler (Aral ve Baran, 2011, s. 315-318).

2.1.4.3.1. 5-10 Yaş ahlak gelişimi ve medyanın etkileri. Bu yaş aralığındaki çocuklara göre, ebeveyn, öğretmen veya başka bir yetişkin tarafından oluşturulan kurallara mutlak bir itaat söz konusudur. Çocukta bu kurallara uymadığı takdirde ceza alacağı düşüncesi hâkimdir. Ayrıca doğru olan ile yanlış olana dair fikirler oldukça somuttur, bu yaş aralığındaki çocuklar için; bir şey ya iyidir, ya da kötüdür anlayışı hâkimdir, muğlaklığa yer verilmez. Söz gelimi iyi niyetle yapılmış fakat kötü sonuçlanmış bir eylem bu çocuklar için sebebine bakılmaksızın kötüdür. Bundan dolayı aynı zamanda yapılan davranışın sebeplerinden ziyade sonuçlarına odaklanma eğilimi de bu dönemim kendine has bir özelliğidir (Lindberg ve Ahçı, 2019, s. 52).

Maruz kalınan medya içerikleri çoğu zaman çocuğun içinde bulunduğu gelişim dönemlerinin özelliklerini dikkate almaz. Bundan dolayı çocuk izlediği dizinin karakterlerinden, çizgi filmdeki sahnelerden, oynadığı video oyunlarındaki kahramanlardan çoğu zaman etkilenmektedir. Bu medya kanallarından çocuğa ulaştırılan mesaj, kötülerin bazen ceza almadığı, aksine kazanan tarafın onlar olduklarıdır. Diğer yandan bazı film ve dizilerde kötü karakterler ceza almamakta, video oyunlarındaki kahramanlar öldükten sonra tekrara dirilmektedirler. Soyut düşünme becerisinden yoksun olan çocuklar bu tür kahramanları rol model olarak olumsuz ve riskli davranışlar sergileyebilirler (Ertürk, 2011, s. 71).

2.1.4.3.2. 10 Yaş üstü ahlak gelişimi ve medyanın etkileri. Çocuk bu döneme geldiğinde ise ahlaki kavramlara ve değerlere dair bir bilinç oluşturur. Kurallara karşı köşeli ve keskin yargıları bir kenara bırakmıştır. Bunun yerine kuralların değişebileceğine, sadece sonuca odaklanmak yerine nedenlerinde önem arz ettiğine dair bir düşünce geliştirmiştir (Çam, Seydooğulları, Çavdar ve Çok, 2012, s. 1212-1213).

Bu dönemde aile kurumu çocuğun ahlak gelişiminde daha etkin bir rol oynar. Aynı zamanda medyada, çocuğun içinde yaşadığı toplumu temsil eden bir unsur olarak ön plana çıkar. Bu kapsamda medya araçları çocuğun içinde bulunduğu toplumun

kültür, değer ve ahlak yargılarının önemli bir taşıyıcısı olabilir. Bu bağlamda çocuğun ahlaki gelişiminde medyanın aile ile beraber önemli bir yer tutmakta olduğunu görürüz. Fakat evrensel ahlak ilkelerine çoğu vakıf olamamış yetişkinlerce hazırlanan medya ağının, idealize edilmiş ahlaki değer ve ilkeleri çocuğa ne kadar aktarabileceği de ayrı bir tartışma konusudur (Şengün, 2007, s. 210-212).

2.1.5. Medyanın insan davranışlarına etkilerine ilişkin kuramlar. Medya araçlarının servis ettiği içerikler aracılığıyla çocuk ve ergen davranışları üzerinde etkileyici ve dönüştürücü bir özelliğe sahip olduğuna dair yaygın bir kanı vardır. Çocuğun taklit etme ve rol yapabilme becerisi ile çevresinden ona sunulan mesajlar arasında bir bağ olduğunu düşünen gelişim kuramcıları özellikle 1960'lı yıllardan itibaren bu durum üzerine çok farklı görüşler geliştirmişlerdir (İli, 2013, s. 20-21). Sosyal bilişsel öğrenme kuramı ve taklit kuramı bu görüşlerden ortaya çıkan iki kuramdır.

2.1.5.1 Sosyal-Bilişsel öğrenme kuramı. Öğrenme faaliyeti, deneyim ve yaşantılara bağlı olarak bireyin davranışlarında gözlemlenen değişiklikler olarak ifade edilmektedir (Baytekin, 2011, s. 20-21). Sosyal öğrenme kavramı ise bireyin içinde bulunduğu çevreye ve topluma ayak uydururken, çevresinde veya sosyal ortamında gerçekleşen öğrenme türü olarak tanımlanmaktadır (Bayrakçı, 2013, s. 199).

Temelleri Albert Bandura tarafından atılan sosyal öğrenme kuramına göre insan beyni gelişen olaylara ve çevredeki uyaranlara sadece tepki verici bir pozisyonda değildir. Bunun da ötesinde üretici ve kendini ifade edici bir yapı taşımaktadır. Bir başka deyişle insan beyni sürekli değişen durumlara karşı eylem biçimlerini uygulama ve sonuçları hakkında değerlendirmelerde bulunma gibi birçok yetiye sahiptir (Bandura, 1999, s. 36-37). Sosyal öğrenme kuramının temel ilkeleri şöyle sıralanabilir (Bayrakçı, 2013);

1. İnsanlar başkalarının davranışlarını gözlemler ve bu davranışların doğurduğu sonuçlardan gözlem yoluyla öğrenme gerçekleştirebilir.
2. Davranışta bir değişiklik gerçekleşmese de öğrenme gerçekleşmiş olabilir.

3. Algısal açıklık öğrenme için önemli bir faktördür. Gözlemlenen davranışın sonuçlarını önceden kestirebilmek o davranışın benimsenip, öğrenilebilmesi için önemli bir etkiye sahiptir.
4. Sosyal öğrenme kuramı davranışçı ve bilişsel öğrenme kuramları arasında bir köprü veya geçiş olarak kabul edilebilir (Bayrakçı, 2013, s. 201).

Toplumsal bir varlık olan insanın öğrenme faaliyeti, bir toplum içinde ve sosyal çevresiyle etkileşim içinde gerçekleşmektedir. Bandura bu öğrenme sürecini; birey, gözlediği modelin ne yaptığını görür, sonuçlarını izler, öğrendiğini hatırlar, çıkarsamalar ve kendi davranışlarına bunları uygulayarak öğrenir, diye özetler. Diğer bir deyişle birey ister olumlu olsun, ister olumsuz olsun bütün davranışlarını aileden ve çevresinde yer alan diğer insanlardan gözlem yoluyla öğrenir. Özellikle çocuklarda hayran oldukları kişilerin tavır ve davranışlarını taklit etme ve bunları öğrenme sürecine dâhil etme konusunda özel bir kabiliyet vardır (İli, 2013, s. 20).

Bandura ve arkadaşları (1963) sosyal öğrenme kuramına ilişkin savlarını ispatlamak için “Bobo Doll Deneyi” olarak bilinen bir deney yapmışlardır. Toplam 96 çocuğun katılımıyla gerçekleştirilen bu deneyde çocuklar iki gruba ayrılmıştır. Birinci grupta yer alan çocuklara bir film izletilmiştir. Filmde “Bobo Doll” adı verilmiş bir oyuncak bebeğe şiddet uygulayan ve “Bobo’ya vurun!” diye bağırarak bir yetişkin görülmektedir. Filmin sonunda ise bu yetişkin ödüllendirildiği dikkat çekmektedir. Film bittikten sonra çocuklar içi oyuncaklarla dolu bir odaya alınmıştır. Tam oyuna dalmışken bir görevli gelerek artık bu oda da oynayamazsınız diyerek çocuklar hayal kırıklığına uğramış ve içinde “Bobo Doll”un da bulunduğu, daha az oyuncaklı bir odaya alınmıştır. Film izlemiş olan bu çocuk grubunun “Bobo Doll” oyuncağına şiddet uyguladığı görülmüştür. Deneyin ikinci aşamasında ise ikinci grupta yer alan çocuklara da aynı film izletilmiştir. Ancak bu sefer şiddet uygulayan yetişkin filmin sonunda cezalandırılmıştır. Bu gruptaki çocukların “Bobo Doll” a şiddet uygulamadıkları görülmüştür. Sonuç olarak şiddet uygulayan yetişkinin ödüllendirildiği filmi izleyen çocukların şiddet davranışları sergilediği görülmüştür. Fakat şiddet uygulayan yetişkinin cezalandırıldığı filmi izleyen çocukların ise şiddet davranışından kaçındıkları görülmüştür (Bandura, Ross & Ross, 1963, s. 4-5). Bandura ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği bu deneyi Senemoğlu (2012) şöyle yorumlamaktadır:

1. Deney, öğrenme ve performansın birbirinden farklı şeyler olduğunu ortaya koymaktadır. Şiddet davranışını sergileyen karakteri izleyen çocuklar bu davranışı öğrenmişler, fakat bunu performansa dönüştürmemişlerdir.
2. Bireyin davranışlarının şekillenmesinde diğer insanların yaşantıları önemli bir rol oynamaktadır. Birinci grupta şiddet davranışı sergileyen modelin ödüllendirilmesi, onu izleyen çocukların şiddet içerikli davranış kazanmalarına neden olmuştur. İkinci grupta ise modelin olumsuz davranış sergilemesinden ötürü cezalandırılması, onu izleyen çocuklarda davranışın sönmesini sağlamıştır.

2.1.5.2 Taklit kuramı. Gerek sosyal çevrenin gerek medyanın bireyin davranışları üzerindeki etkisini inceleyen bir başka kuram da taklit kuramıdır. Fransız sosyolog Gabriel Tarde'ın geliştirdiği bu kurama göre sosyal öğrenmenin temelinde taklit fenomeni yer almaktadır (Balcı, 2014, s. 303-304). Ona göre toplum, birbirini taklit etmeye eğilimli bir kitledir ve kitleyi oluşturan insanların taklit davranışı olmadan kolektif yaşamın devam etmesi söz konusu değildir. Bir başka deyişle Tarde'a göre geçmişten günümüze değin toplumsal yaşamı biçimlendiren en önemli faktörlerden birisi taklittir (İli, 2013, s. 21-22).

Tarde'ın düşüncesine göre, birey içinde yaşadığı toplumu ve ona bağlı kültür dairesini taklit yoluyla öğrenir. Ona göre taklit metaforik olarak bir zihnin başka bir zihne yönelik eylemsellikte bulunması ve diğer zihninde bu eylemselliği algılayıp imaj haline getirdikten sonra adeta fotoğraf çeker gibi kopyalayarak yeniden üretmesidir (Çebi, 2012, s. 7).

2.2. İlgili Araştırmalar

Medyanın çocuklar üzerine olan etkisine dair alanyazında birçok araştırma mevcuttur. Bu araştırmaların ortak özelliği ise televizyon, bilgisayar, cep telefonu, internet ve sosyal medya gibi araçların çocukların değer, inanç ve davranışlarını büyük ölçüde etkilediği yönünde fikir birliği sağlamış olmalarıdır.

Atkin (1978)'in ilk ve ortaokul çocukları üzerinde yaptığı araştırmada özellikle televizyonun, reklam aracılığıyla çocukların tercihleri üzerinde belirleyici bir faktör

olduğu ortaya çıkmaktadır. Çalışma incelendiğinde, reklam kuşakları çocukları belli ürünlere ve markalara doğru yönlendirmekte ve bu yönlendirmenin doğal bir sonucu olarak çocuklar ebeveynlerine karşı reklamların onlara sunduğu ürünler üzerinden bir dayatma yaptıkları görülmektedir. Ebeveyleerin bu istek ve dayatma karşısında verdiği olumsuz tepki ise çocuklarda hayal kırıklığı, öfke gibi duygular uyandırmaktadır. Bu durum ise zamanla çocukları iç dünyalarına kapanmaya ve agresif bir tutum sergilemeye itmektedir. Bu da aile içinde ciddi bir iletişim bozukluğuna sebep olmaktadır.

Tellan (2004) yaptığı çalışmada medya araçlarının toplum tarafından daha fazla tercih edilmek adına ahlakı (veya ahlaki değerleri) ötelediğini ve izleyici kitlesinin önemli bir bölümünü oluşturan gençlerin ise bu içeriklerle yetiştiğini, bu durumun ise uzun vadede gençler üzerinde toplumsal ahlaki normlarımıza karşı yabancılaştırıcı bir etken olduğunu belirtmektedir. Buna ek olarak, özellikle televizyon kanallarının toplumun değerlerine uygun olmayan, gayri ahlaki yayınları ailece izlenebilir şekilde sunduğunu ve toplumun da sunulan içeriğe başarılı bir şekilde ayak uydurduğunu belirtir ve devamında bunun anne-baba ve çocuklar arasındaki saygı mesafesinin medya eliyle zedelendiğini vurgular.

Genç ve Güner'in (2014) Çanakkale'de görev yapan öğretmenler ile yaptıkları bir çalışmada medya ortam ve araçlarını bağımlılık derecesinde kullanan öğrencilerin gerçeklik algılarının değiştiği yönünde sonuçlar elde etmişlerdir. Özellikle televizyonda çocuklara yönelik üretilen çizgi filmlerin ciddi anlamda çocukları gerçeklikten kopardığı vurgulanmıştır.

Taylan ve Işık (2015) ortaokul ve liselerde öğrenim gören öğrencilerin internet kullanım alışkanlıklarını ve internet bağımlılığını ölçen araştırmalarında katılımcı öğrencilerin %28,5'inin internet bağımlılığı risk grubunda olduğunu belirtmişlerdir. Araştırma sonucuna göre internete olan bağımlılık ve problemli kullanım günümüzün en önemli sosyal sorunlarından birisi olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra aynı araştırmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha çok internet bağımlılığı riski taşıdıkları ifade edilmektedir.

Zorlu (2016) ise yaptığı araştırmada medyanın şiddet içerikli programlar yaparak, çocuğun gerçek hayatta karşılaştığı veya karşılaşılabileceği şiddete duyarsız kalmasına, şiddeti öğrenip olağanlaştırmasına hatta bir çözüm yolu olarak

kullanmasına sebep olduğunu söylemiştir. Zorlu, aynı çalışmasında ebeveynlerin bu duruma duyarsız kaldığını hatta çocuklarını başlarından savabilmek için medya ortam ve araçlarını bir ödüllendirme yöntemi olarak kullandığını da belirtmiştir.

Akçay (2017) yaptığı çalışmada uzun süre televizyona maruz kalan çocuk ve ergenlerin yüksek kalorili besinler tükettiğini ifade etmiştir. Bunda izlenen reklamların etkili olduğunu ve çocukların bu reklamlardan etkilenecek ebeveynlerine baskı kurduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, medya araçlarına maruz kalınan süre ile uyku kalitesi arasında doğru orantı bulunmaktadır. Bu durumun uyku sürelerinde azalma ve kabus görme gibi sonuçları olduğuna dikkat çekmiştir.

Yumrukuz (2017) çalışmasında sosyal medya ve davranış arasındaki tutarsızlıklara dikkat çekmektedir. Ona göre sosyal medya kullanıcıları terör, kaza, kan, savaş, ceset ve nefret içeren söylemleri rahatsız edici bulmasına rağmen bu minvallerde paylaşımlar yapmaktadır. Öte yandan terör saldırıları, kadın cinayetleri, çocuk istismarı gibi toplumun hassasiyet gösterdiği konularda sosyal medya hesabından paylaşım yapmayan kişilere karşı toplumun olumsuz bir tutum geliştirdiği de dikkat çekmektedir.

Demirel (2018)'in ortaokul öğrencilerinin katılımıyla yürütmüş olduğu çalışmada ise öğrencilerin cinsiyetleri ile şiddet içerikli programlara yönelik tutumları arasındaki ilişki ölçülmüş ve araştırmanın sonucunda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre şiddet içerikli programları daha çok tercih ettiğini saptamıştır. Öğrencilerin bu programlarda yer alan olumsuz davranış özelliklerini günlük yaşantı içinde model edindiklerini ve bazı durumlarda da çözüm olarak kullandıklarını ifade etmiştir.

Karaboğa (2018) çocuğun eğitiminde okul ve aile kurumunun yanı sıra günümüzde medya kurumunun da etkili olduğunu ifade etmektedir. Geleneksel eğitim kurumları; çocuğun sosyalleşmesini, kültürel değerleri benimsemesini, ailesine ve ülkesine yararlı bir birey olmasını amaçlarken medya kurumu çocukları önemli ölçüde tüketim odaklı eğitmekte, çocuğun tüketici kimliğini önplana çıkartmaktadır. Medya kaynaklı olarak, günümüzde anne, baba ve öğretmen gibi figürler çocuğun birincil rol modelleri olmaktan önemli ölçüde çıkarken bunların yerini medyanın sunduğu karakterler almaktadır. Medya, geleneksel eğitim kurumlarının hedeflediği üretici-yurttaş çocuk kavramına karşın tüketici-küresel çocuk kavramını oluşturmaya çalışmaktadır.

Kwak, Kim ve Yoon (2018) Güney Koreli 1170 ortaokul öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada ebeveyn ihmali yaşayan çocukların başta akıllı telefonlar olmak üzere çeşitli medya araçlarına bağımlı hale geldiklerini ve bu bağımlılık neticesinde; saldırganlık, akran zorbalığı, akademik başarısızlık gibi farklı davranış özellikleri kazandıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Taylan (2018) Sakarya ilini baz alarak yaptığı çalışmasında televizyonu çok izleyen bireylerde az izleyen bireylere göre dünyanın acımasız ve tehlikeli bir yer olduğuna dair bir inanç geliştirdikleri ve yine bu bireylerin korku oranlarının yüksek olduğu belirtilmiştir.

Şengönül (2018) tarafından 2000'den fazla eser incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda medyaya maruz kalan çocuk ve ergenlerde saldırgan davranış değişikliğinin meydana geldiği ve medyanın onlarda şiddete karşı duyarsızlaşma eğilimini artırdığı, dünyayı yaşamak için acımasız ve korkutucu görmelerine sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Durdu (2019)'nın ortaokul çocukları üzerine yaptığı çalışmada ise sosyal medya bağımlılığı ile akademik erteleme arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu yönüyle medyanın çocukları sadece şiddet yönüyle etkilemediğini söylemek mümkündür.

Anitha ve arkadaşları (2021) 348 çocuğun katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada erkek çocukların medya bağımlılık oranlarının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Araştırmacılar, bu erkek çocuklarında bağımlılığa bağlı olarak saldırganlık ve şiddet eğiliminin de yüksek olduğunu ifade etmiştir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, çalışma grubu, veri toplama süreci, veri toplama araçları ve verilerin analizi ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre medyanın ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimine olan etkisinin araştırıldığı bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden temel nitel araştırma deseni tercih edilmiştir. Nitel araştırma insanların yaşam tarzlarını, hikâyelerini, davranışlarını, örgütsel yapıları ve toplumsal değişmeyi anlamaya yönelik bilgi üretme süreçlerinden biridir (Strauss & Corbin, 1990, s. 82). Temel nitel araştırma deseni doğası gereği katılımcıların deneyimlerini nasıl yorumladıklarını, dünyalarını nasıl inşa ettiklerinin ve deneyimlerine ne anlam yüklediklerini ortaya çıkarmayı amaçlar. Temel nitel araştırma deseninin ayırt edici özelliği, bireylerin kendi gerçekliklerini sosyal dünyaları ile etkileşim içinde inşa etmeleridir. Temel nitel araştırma, eğitimde ve diğer uygulama alanlarında bulunan en yaygın nitel araştırma türüdür (Merriam, 2009, s. 3, 9, 22).

3.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Burdur ilinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı toplam 7 ortaokulda görev yapmakta olan 3 erkek, 8 kadın olmak üzere 11 sosyal bilgiler öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma grubu belirleme sürecinde öncelikle Burdur ili merkez ilçesinde görev yapan öğretmenlere ulaşılarak kendileriyle bir ön görüşme yapılmış ve onlara çalışmadan bahsedilmiştir. Çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden öğretmenler ile asıl görüşme planı gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ayrıca örneklem seçimine gidilmemiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplamada nitel veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda görüşmeye konu edilecek soruların yer aldığı formlar yapılandırılmış (formel), yarı yapılandırılmış (yarı formel) ve yapılandırılmamış (informel) olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Ayrıntılı tasarıma sahip ve görüşme esnasında araştırmacının etkisini minimize eden formlar yapılandırılmış, soruların detaylı yapılandırılmadığı ve görüşme esnasında araştırmacıya soruları gelen yanıtlara göre şekillenebileceği esnekliği sunan formlar yapılandırılmamış formları açıklamaktadır. Bu ikisinin dengeli bir şekilde yansıtıldığı formlar ise yarı yapılandırılmış görüşme formunu temsil etmektedir (Karasar, 2012, s. 167-168).

Bu araştırmada, önceden belirlenen soru başlıkları altında açık uçlu soruların sorulduğu, bu soruların yanıtlanabilmesi için bazı sınırlamaların getirildiği, katılımcılar tarafından serbest bir şekilde yanıtlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler gerçekleştirilirken katılımcılara önceden hazırlanan soruları tanımlayıcı ve açıklayıcı sorular da sorulmuştur. Yapılan görüşmeler, ortalama 45-50 dakika sürmüştür ve katılımcıların izniyle kayıt altına alınmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada elde edilen veriler temel olarak içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. İçerik analizi tekniğinde temel amaç, elde edilen verileri açıklayıp yorumlamaya yardımcı olacak kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu itibarla içerik analizi tekniğinde veriler kavramsallaştırılarak temalar oluşturulmaktadır. Oluşturulan temalar ise yorumlanarak ve alıntılar ile güçlendirilerek sonuca ulaşmayı hedeflemektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 64). Verilerin, içerik analiziyle çözümlenmesi sonucunda ortaya çıkan temalar çerçevesinde sunumu aşamasında frekans ve yüzde dağılımının alınmasında ve temaların doğrudan alıntılarla desteklenerek açıklanmasında betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır.

Bu araştırmada verilerin analizinde öncelikle kayıtlar bilgisayar ortamında metne dönüştürülmüştür. Metinde ilk adımı kodlama oluşturmuştur. Kodlamaya alınan her

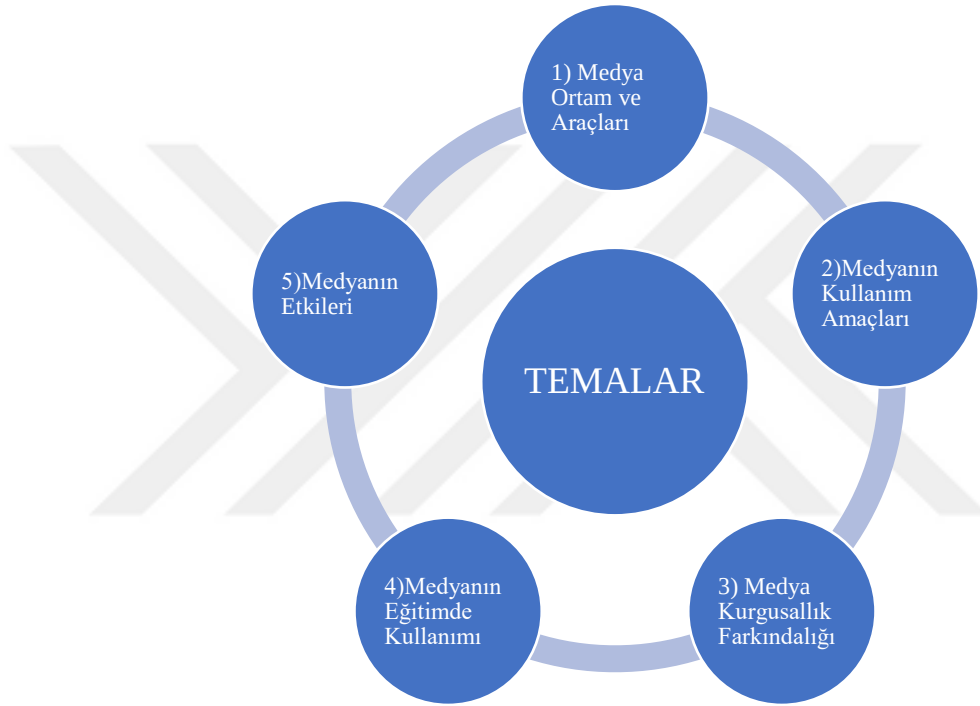
bir formda katılımcıların isimleri gizli tutulmuş ve kod isimler kullanılmıştır. Katılımcılar bir ile on bir sayıları arasında numaralandırılmıştır (K1, K2, K3,...). Kodların bir araya getirilmesiyle kategorilerin oluşturulması analizin bir sonraki aşamasını oluşturmuştur. Kategoriler anlamlı bir bütünü oluşturacak şekilde bir araya getirilmiş ve ortaya çıkan temalara ulaşılmıştır. Araştırma analizleri sonucunda ortaya çıkan temalar araştırma alt problemlerini ortaya çıkarmış ve bulgular olarak sunulmuştur.



BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırmanın bulguları yer almaktadır. Araştırma sürecinde elde edilen verilerin analizi sonucunda beş temel tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar Şekil 1’de sunulmuştur:



Şekil 1. Araştırmanın problem ve alt problem cümlelerini açıklayan temalar

Şekil 1’de verilen temalar incelendiğinde bu araştırmanın veri toplama sürecinde yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin analizi sonucunda 5 temel tema ortaya çıktığı görülmektedir. Bu temalar; medya ortam ve araçları, medyanın kullanım amaçları, medya kurgusallık farkındalığı, medyanın eğitimde kullanımı, medyanın etkileridir. Temalar birlikte değerlendirildiğinde ana problem cümlesine ilişkin veriler ortaya çıktığı gibi bu ana problemi açıklamaya yönelik öğrencilerin medya ortam ve araçlarıyla ilişkilerini de açıklayan tanımlayıcı bilgilerin ortaya çıkmış olması dikkat çekmektedir. Bu nedenle öncelikle tanımlayıcı bilgiler sunulacak ve

ikinci olarak asıl problem cümlesine dair bulgular burada yer alacaktır. Veriler doğrudan alıntılarla desteklenerek açıklanacaktır.

4.1 Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Göre Ortaokul Öğrencilerinin Kullandığı Medya Ortam ve Araçlarıyla İlişisini Açıklayan Tanımlayıcı Bilgiler Nelerdir?

4.1.1. Medya ortam ve araçlarına ilişkin bulgular. Araştırmanın medya ortam ve araçlarına ilişkin bulguları açıklayan temasına göre katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin zihinlerinde oluşan medya çağrışımları, frekans ve yüzde bilgileriyle beraber Tablo 1’de verilmektedir:

Tablo 1.

Medya Ortam ve Araçlarının Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Üzerinde Uyandırdığı Çağrışımlar

Medya Alanı	Medya Aracı	Katılımcılar	f	%	n
Kitle İletişim Araçları	Televizyon	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
	Akıllı Telefon	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
	İnternet	K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11	9	81	11
	Bilgisayar	K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	9	81	11
	Gazete	K2, K3, K6, K7, K9	5	45	11
	Tablet	K2, K7, K8, K9, K10, K11	6	54	11
	Dergi	K3, K6, K7, K9	4	36	11
	Radyo	K7, K8, K9, K10, K11	5	45	11
Sosyal Medya Araçları	Facebook	K1, K3, K4, K6, K7, K10, K11	7	63	11
	Youtube	K1, K5, K6, K8, K9, K10, K11	7	63	11
	WhatsApp	K1, K3, K5, K7, K8, K9, K10, K11	8	72	11
	Messenger	K1, K8, K11	3	28	11
	Instagram	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K9, K10, K11	10	90	11
	Zoom	K1, K5, K9, K11	4	36	11
	Tiktok	K2, K3, K5, K6, K7, K10, K11	7	63	11
	Netflix	K2	1	9	11
	BluTv	K2	1	9	11

Tablo 1.'in Devamı.

Medya Ortam ve Araçlarının Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Üzerinde Uyandırdığı Çağrışımlar

Medya Alanı	Medya Aracı	Katılımcılar	f	%	N
Sosyal Medya Araçları	Twitter	K6, K10, K11	3	28	11
	Telegram	K10	1	9	11
	Google	K11	1	9	11
Diğer	EBA	K1, K3, K4, K5, K8	5	45	11
	Akıllı tahta	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11	10	90	11
	Slayt gösterisi	K2, K6, K11	3	28	11

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcı öğretmenlerin medya ortam ve araçlarını; kitle iletişim araçları, sosyal medya araçları ve diğer medya ortam ve araçları olarak üçe ayırdığını görmekteyiz. Buna göre kitle iletişim araçları kapsamında televizyon ve akıllı telefonun tüm katılımcılar tarafından (%100) ilk akla gelen medya aracı olduğu görülmektedir. Bu araçları 9 katılımcı ile (%81) internet ve bilgisayar takip ederken, 6 katılımcı (%54) tablet, 5 katılımcı (%45) gazete ve radyo, 4 katılımcı da (%36) dergi cevabını vermiştir.

Aynı katılımcılar tarafından sosyal medya araçları kategorisine bakıldığında ise: 10 katılımcının (%90) Instagram, 8 katılımcının (%72) WhatsApp, 7 katılımcının (%63) Facebook, 7 katılımcının (%63) YouTube, 7 katılımcının (%63) TikTok, 5 katılımcının (%45) Zoom, 3 katılımcının (%28) Messenger, 3 katılımcının (%28) Twitter, 1 katılımcının (%9) Netflix, 1 katılımcının (%9) BluTv, 1 katılımcının (%9) Telegram ve 1 katılımcının da (%9) Google cevabını verdiği görülmektedir.

Diğer medya ortam ve araçları kapsamında verilen cevaplarda ise: 10 katılımcının (%90) Akıllı Tahta, 5 katılımcının (%45) EBA ve 3 katılımcının da (%28) Slayt cevabını verdiği görülmektedir.

Tablo 1'e göre katılımcılarda medya ortam ve araçlarına ilişkin çağrışımlar konusunda televizyon ve akıllı telefon konusunda ortak bir mutabakat (%100) olduğu görülmektedir, bu araçları ise bir sosyal medya uygulaması olan Instagram ve akıllı tahta takip etmektedir (%90). Akıllı Tahtanın genel geçer medya araçları kapsamında olmadığı açık olduğu halde katılımcıların öğretmen mesleğine mensup olması akıllı tahtanın %90 gibi bir oranla temsil edilmesini sağlamaktadır. Yine aynı şekilde EBA

ve Slayt uygulamalarını da bu açıdan değerlendirebiliriz. Diğer yandan sosyal medya araçları kategorisinde %45 ile değer bulan Zoom uygulaması da, küresel Covid-19 salgını döneminde eğitim-öğretim sürecinde aktif bir şekilde kullanıldığını akıllara getirmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde %45’lik değer anlamlı bir hale gelmektedir.

Katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin, öğrencilerinin kullandığı medya ortam ve araçlarına ilişkin gözlemleri aşağıda yer alan Tablo 2’ de verilmektedir:

Tablo 2.

Öğrencilerin Kullandıkları Medya Araçlarına İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

Medya Alanı	Medya Aracı	Katılımcılar	f	%	N
Kitle İletişim Araçları	Televizyon	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
	Akıllı Telefon	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
	İnternet	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
	Bilgisayar	K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	9	81	11
	Tablet	K2, K7, K8, K9, K10, K11	6	54	11
Sosyal Medya Araçları	Facebook	K1, K3, K4, K6, K7, K10, K11	7	63	11
	Youtube	K1, K5, K6, K8, K9, K10, K11	7	63	11
	WhatsApp	K1, K3, K5, K7, K8, K9, K10, K11	8	72	11
	Messenger	K1, K8, K11	3	28	11
	Instagram	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
	Zoom	K1, K5, K9, K11	5	45	11
	TikTok	K2, K3, K5, K6, K7, K10, K11	7	63	11
	Telegram	K10	1	9	11

Tablo 2 incelendiğinde, medya ortam ve araçlarının; kitle iletişim araçları ve sosyal medya araçları olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir. Katılımcılar öğrencilerinin kitle iletişim araçları alanında 11 katılımcı (%100) ile en çok televizyon, akıllı telefon ve interneti kullandıklarını gözlemlemişlerdir. Bunu 9 katılımcı (%81) ile bilgisayar ve 6 katılımcı (%54) ile de tablet izlemiştir.

Katılımcıların sosyal medya kullanımına dair gözlemleri incelendiğinde 11 katılımcı (%100) Instagram’ı, 8 katılımcı (%72) WhatsApp’ı, 7 katılımcı (%63) Facebook, 7 katılımcı (%63) Youtube, 7 katılımcı (%63) TikTok gibi sosyal medya uygulamalarını, 5 katılımcı (%45) Zoom uygulamasını, 3 katılımcı (%28) Messenger

uygulamasını ve 1 katılımcı da (%9) Telegram uygulamasını öğrencilerinin aktif şekilde kullandıklarını ifade etmiştir.

Tablo 2’den hareketle katılımcıların, bütün öğrencilerinin akıllı telefon kullandıkları konusunda fikir ve gözlem birliğine vardığı görülmektedir. “K9” kodlu katılımcının bu hususta verdiği yanıt öğrencilerin kişisel akıllı telefonlara sahip olmasının nedenlerini anlamamız bakımından önemlidir:

K9: “ Öğrencilerimin istisnasız hepsi akıllı telefon sahibi. Hatta birçoğunun kullandığı telefon bizim kullandıklarımızdan daha pahalı. Tabii bunda bizim okulumuzun muhiti ve gelen öğrenci profilinin de etkisi var. Burdur özelinde biraz üst zümre çocukları birçoğu.”

K9’un ifade ettiği bulgular incelendiğinde öğrencilerin tümü akıllı telefon sahibi olmakla beraber kullandıkları akıllı telefon modellerinin öğretmenlerin kullandıklarından daha üst segmente sahip cihazlar olduğu dikkat çekmektedir. Bunun temel sebebinin ise öğrenci profilinin sosyo-ekonomik bakımdan iyi durumdaki ailelere mensup olmalarına bağlanmıştır.

Fakat K1 kodlu katılımcı ise akıllı telefon kullanımının sebebini farklı bir bakış açısı ile değerlendirmektedir:

K1: “Öğrencilerim şu an en çok akıllı telefonları tercih ediyor. Bunda pandeminin de etkisi var tabii. Bu pandemi döneminde aileler eğitim amacıyla akıllı telefon aldılar. Zaten bizim okulumuzun bulunduğu mahalle sosyo-ekonomik düzeyi düşük ailelerden oluşuyor. Belki de bilgisayar alacak durumları olmadığı için telefon büyük rağbet görüyordur.”

K1 kodlu katılımcıya göre öğrencilerin akıllı telefona rağbet etmesinin sebebi Covid-19 salgını döneminde eğitim-öğretim sürecine katılabilme ihtiyacı olarak ifade edilmektedir. Fakat bu konuda ayırt edici olan hususun öğrenci profilinin düşük gelirli ailelere mensup olmasıdır. Çünkü K1’e göre aileler bilgisayar alamadıkları için akıllı telefonu tercih etmektedirler. Fakat K9, Covid-19 salgınından bağımsız olarak öğrencilerin akıllı telefon sahibi olduklarını belirtmiştir. Her iki katılımcının ise ortak vurgusu ailelerin sosyo-ekonomik durumlarıdır.

Akıllı telefon kullanımı konusunda tüm katılımcılar tarafından oluşturulan gözlem birliğinin yanı sıra K9 ve K1 kodlu katılımcılarında ifadeleri göz önünde

bulundurulduğunda gelir düzeyi fark etmeksizin tüm öğrencilerin akıllı telefon kullanıcısı olduğu görülmektedir. Farklılaşan temel noktanın akıllı telefonların modeli olduğu dikkat çekmektedir.

Katılımcıların birçoğuna göre (K6, K3, K10, K5, K9, K11, K7) akıllı telefon kullanımı ile internet ve sosyal medya araçlarının kullanımı arasında doğrudan bir bağlantı olduğu ifade edilmiştir. Bu katılımcılara göre akıllı telefon kullanımı, internet kullanımına ve internet kullanımı da sosyal medya uygulamalarının kullanımına ön ayak olduğu belirtilmiştir. Bu konuda K6 ve K5 kodlu katılımcıların şu ifadeleri dikkate değerdir:

K6: “Sanırım sosyal medya uygulamalarını indirebildikleri için akıllı telefonu ve interneti çok kullanıyorlar.”

K5: “Dikkat ettiğim kadarıyla akıllı telefonlar, internet ve buna bağlı olarak ta sosyal medya araçları aktif bir şekilde kullanılıyor.”

Tablo 3’e göre akıllı telefon ve internet gibi televizyonda tüm öğrenciler tarafından kullanılmaktadır. Fakat televizyon kullanımına dair K3, K10 ve K6 kodlu katılımcıların görüşleri televizyonun kullanım sebeplerini anlamamız bakımından önem arz etmektedir:

K3: “ Tabii bu çocuklar eve gittiklerinde aileleri ile beraber aktif bir şekilde TV’de seyrediyorlar bu bakımdan TV’yi de kullanıyorlar diyebilirim.”

K10: “ TV ise genelde evde aile ile beraber izleniyordur diye tahmin ediyorum.”

K6: “ Bunun yanında TV çok kullanılıyor. Evde ne kadar izliyorlar bilemiyorum ama evde anneler-babalar izlediği için çokça tercih ediliyor.”

Bu ifadelerde görüldüğü üzere öğrencilerin televizyon izleme sebepleri aileye bağlı olarak değişim göstermektedir. Yani başka bir deyişle televizyon izleme alışkanlığı olan ailelerin çocuklarında da televizyon izlemeye dair bir eğilim oluşmaktadır. Fakat televizyon izleme eyleminin içsel bir motivasyonla mı, yoksa ebeveynlere ayak uydurma amacıyla mı yapıldığı kesin değildir. K5 kodlu katılımcının ifadeleri bu durumu ortaya koymaktadır:

K5: “...son dönemde akıllı telefonlar ve internet dikkat çekici bir yoğunluk gösteriyor. Artık öğrencilerin TV’yi diğerlerine nazaran daha az kullandıklarını düşünüyorum. Ancak aileleri izliyorsa o zaman mecburen onlarda izliyordur.”

K5'e göre akıllı telefon ve internet karşısında televizyon kullanımında bir düşüş olduğu açıktır, buna rağmen göreceli bir kullanım söz konusudur. Ancak bu göreceli kullanımın bir tercih mi, yoksa ebeveynlere bağlı bir zaruret mi olduğu açık değildir.

4.1.2. Medya kullanım amaçlarına ilişkin bulgular. Araştırmanın medya kullanım amaçlarına dair teması çerçevesinde katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerinden elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular Tablo 3'te verilmiştir:

Tablo 3.

Öğrencilerin Medya Kullanım Amaçlarına İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

Kullanım Amaçları	Katılımcılar	f	%	N
Ödev-Araştırma	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11	10	90	11
İletişim	K1, K2, K4, K5, K6, K8, K9, K10, K11	9	81	11
Vakit Geçirme	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K8, K10	8	72	11
Haberdar Olma	K5, K10, K11	3	28	11
Rol-Model Alınan Kişileri Takip	K5	1	9	11
Oyun Oynama	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
Müzik Dinleme	K3, K8, K10, K11	4	36	11
Yardımcı Kaynak Kullanımı	K3, K4	2	18	11
Arkadaşlık Kurma	K2	1	9	11
Dizi/Film İzleme	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K11	10	90	11
Video İzleme	K3, K8, K9, K10	4	36	11
Video Çekme	K2, K3, K5, K6, K7, K8	6	54	11

Tablo 3'e bakıldığında, medya araçlarının öğrenciler tarafından 11 katılımcı ile (%100) oyun oynamak amacıyla kullanıldığı görülmektedir. 10 katılımcı (%90) ödev ve araştırma yapma yönünde görüş belirtmektedir. 10 katılımcı (%90) ise dizi ve film izlemek için kullanıldığını gözlemlemektedir. 9 katılımcı (%81) iletişime geçme için kullanıldığını, 8 katılımcı (%72) vakit geçirme, 6 katılımcı (%54) video çekme, 4 katılımcı (%36) müzik dinleme, 4 katılımcı (%36) video izleme, 3 katılımcı (%28) haberdar olma, 2 katılımcı (%18) yardımcı kaynak kullanımı, 1 katılımcı (%9) rol

model alınan kişileri takip etme ve 1 katılımcı da (%9) arkadaşlık kurma amacıyla kullanıldığını ifade etmektedir.

Tablo 3'te tüm katılımcılar tarafından ifade edilen oyun oynama eylemi ile bilgisayar, telefon ve tablet kullanımı arasında bir ilişki olduğu ifade edilmektedir:

K6: “ Telefon kullanımları üst düzeyde genel olarak oyun oynama ve sosyal medyaya girmek için kullanıyorlar.”

K4: “...Bunun yanında bilgisayarda oyun oynamayı da oldukça fazla tercih ediyorlar.”

K11: “ Oyun amaçlı bilgisayar, telefon ve tablet kullanımı da üst düzeyde. Genelde bu amaçlar için kullanılıyor.”

Tablo 3'e göre 10 katılımcı (%90) tarafından ifade edilen ödev ve araştırma yapma eyleminin ise başta internet, akıllı telefon ve bilgisayar ile ilintili olduğu açıkça belirtilmiştir:

K2: “Ödevleri için genellikle genel ağ bağlantılarını kullanıyorlar. Bilgisayar, internet ve akıllı telefon gibi.”

K3: “Öğrencilerim bu araçları araştırma yapmak amacıyla kullanıyorlar... Hatta ek ders alabilmek için internet üzerinden eğitim portallarına üye olup destek alıyorlar.”

K6: “Öğretmen arkadaşlarımız var sosyal medya üzerinden eğitim veriyorlar, bire bir dersler veriyorlar. Çalışmak isteyen, derslerine takviye almak isteyen öğrencilerimiz dershaneye gitmeden o kanallardan derslerini dinleyip yardım alabiliyorlar.”

Tablo 3'te yer alan 10 katılımcı, medya araçlarının, öğrencilere dizi ve filmler sayesinde bir sosyalleşme alanı sağladığını söylemektedir:

K6: “...TV'yi de dizi ve film izlemek için kullanıyorlar. Artık sosyalleşmelerini bu tür aktiviteler ile gerçekleştiriyorlar.”

Tablo 3'te ifade edilen medyanın iletişim için kullanımı ise katılımcılar (K2, K3, K10, K6, K5, K8, K9, K11, K7) tarafından telefon ve sosyal medya uygulamaları ile ilişkilendirilmiştir.

K10: “WhatsApp, Telegram gibi uygulamaları da sosyal medya sınıfına koyarsak; iletişim açısından çok büyük kolaylıklar sağlıyor. Öğretmen ile öğrenci arasında aracı bir kanal vazifesini görüyorlar.”

K8: “...telefon esas kullanım alanı itibarıyla yani iletişim fonksiyonu olarak büyük kolaylık sağlıyor. İstedığınız anda istediğiniz öğrenciye ulaşabiliyorsunuz.”

Bu ifadelerden yola çıkarak, Tablo 2’de yer bulan akıllı telefon, WhatsApp, Messenger ve Telegram gibi medya araçlarının öğrenciler tarafından iletişim ihtiyaçlarını karşılamak için kullanıldıkları yorumu yapılabilir.

Medya araçlarının öğrenciler tarafından tercih edilmesinin bir başka nedeninin de vakit geçirme olduğu Tablo 3’te 8 katılımcı (%72) tarafından belirtilmektedir:

K1: “Öğrencilerimin geneli can sıkıntısından boş videolar izliyor, bazen öylesine telefonunu vs. kurcalıyor. Onlar için hep geyik yapma boyutundalar.”

Katılımcı K1’in bu ifadelerine bakıldığında vakit geçirme eyleminin tek başına bir eylemi ifade etmekten ziyade birden fazla eylemi karşıladığı anlaşılmaktadır. Ancak vakit geçirme eylemini, yine Tablo 3’te yer alan video izleme ve müzik dinleme gibi eylemlerden ayıran fark ise K1’in de ifade ettiği “can sıkıntısı” kavramıdır. Örneğin video izleme eylemi bir plan dâhilinde yapıldığında tek başına bir durumu ifade ederken, can sıkıntısından yapıldığında ise vakit geçirme ifadesine denk düşmektedir. Zaten K1’in devamında belirttiği üzere öğrenciler “... bazen öylesine telefonunu kurcalamaktadır.” Bu ifade de telefon kurcalama eyleminin amaçsızlığına vurgu yapılmaktadır. Benzer bir ifade ise K10 kodlu katılımcı tarafından şu şekilde ifade edilmektedir:

K10: “Genelde oyun oynamak, eğlenmek, vakit öldürmek için kullanıyorlar.”

K2, K3, K5, K6, K7, K8 kodlu katılımcılar ise medya araçlarının video çekmek için öğrenciler tarafından tercih edildiğini ifade etmişlerdir. Fakat öğrencilerin video çekme amaçları ile kullandıkları sosyal medya uygulamaları arasında da doğrudan bir ilişki olduğu katılımcılar tarafından açıkça ifade edilmektedir:

K2: “Başta TikTok olmak üzere farklı sosyal medya uygulamalarında akımlar oluyor onları mesela çok sık yapmaya çalışıyorlar. Örneğin bunun için video çekip yüklüyorlar.”

K2 kodlu katılımcıya göre öğrenciler sosyal medya mecralarında -örneğin TikTok uygulaması- gerçekleşen akımlara katılım sağlamak amacıyla video çekip, kullandıkları sosyal medya hesaplarında yayınlamaktadırlar.

K3, K8, K9 ve K10 kodlu katılımcılar öğrencilerinin medyayı video izleme amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Video izleme eyleminden kast edilenin ise farklı sosyal medya mecralarında yer alan içerik üreticilerinin videolarını izlemek olduğu K9 kodlu katılımcının şu ifadelerinde açıkça görülmektedir:

K9: “ Öğrencilerim medya araçlarını genelde oyun oynamak için kullanıyorlar, bunun yanı sıra Youtube ve TikTok gibi sosyal medya uygulamalarında takip ettikleri fenomenlerin videolarını izlemek amacıyla kullandıklarını biliyorum.

... Bazı öğrencilerimin özellikle Youtube üzerinden takip ettikleri faydalı kanallar var. Örneğin tarih kanalları veya genel kültür düzeylerini artırıcı içerik hazırlayan kanallar var.”

K3, K8, K10 ve K11 gibi katılımcılara göre medya araçlarına müzik dinlemek içinde sıkça başvurulmaktadır.

K3: “Aktif şekilde sosyal medya kullanıcıları.

...Müzik dinlemek için kullanıyorlar, takip ettikleri sanatçılar var mesela onların yeni çıkan albümlerini falan dinliyorlar.”

K3’e göre öğrenciler özellikle beğendikleri, takip ettikleri sanatçıların müzik albümlerini dinlemek için sosyal medya uygulamalarını aktif şekilde kullanmaktadırlar.

K5, K10 ve K11 kodlu katılımcılar ise öğrencilerin etraflarından ve dünyadan haberdar olmak amacıyla medya araçlarını kullandıklarını ifade etmektedirler:

K10: “Dünyada ne olup ne bittiğine dair bilgi sahibi olabiliyorlar, günceli takip ediyorlar yani, Türkiye’de ne olduğunu bırakın ABD’de bile ne olup ne olmadığını biliyorlar.”

K5, öğrencilerin sosyal medya araçlarını rol model aldıkları kişileri takip etmek için kullandıklarını vurgularken:

K5: “...model aldıkları ünlüleri; şarkıcıları, futbolcuları, oyuncularını takip etmek için kullanıyorlar.”

K3 ve K4 ise medyanın bazı öğrencileri tarafından dersleri için yardımcı kaynak olarak kullandıklarını gözlemlediğini söylemektedirler:

K3: “Hatta ek ders alabilmek için internet üzerinden eğitim portallarına üye olup destek alıyorlar.”

K2 ise sosyal medya araçları üzerinden arkadaşlık ilişkileri geliştirmenin de öğrenciler tarafından bir sosyalleşme aracı olduğuna dikkat çekmektedir:

K2: “Arkadaşlık ilişkilerini oradan ilerletmek, yeni arkadaşlıklar kurmak olabilir, beğenilme isteği olabilir sonuçta oradan birileri size takip atıp beğeniyorlar, çok anlaşılabilir bir durum.”

4.1.3. Medya kurgusallık farkındalığına ilişkin bulgular. Araştırmanın medyanın kurgusallık düzeyinin öğrenciler tarafından algılanmasına dair teması çerçevesinde katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerinden elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4.

Öğrencilerin Medyanın Kurgusallığına Farkındalık Düzeylerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

Farkındalık Düzeyleri	Katılımcılar	f	%	N
Kurgu ile Gerçeklik Arasında Yanılgı	K1, K3, K6, K11	4	36	11
Kurgu ile Gerçeklik Arasında Farkındalık	K2, K3, K7, K9, K11	5	45	11
Farkındalığa Rağmen Etkilenme	K4, K5, K8, K10	4	36	11

Tablo 4’te katılımcıların araştırmanın sorusuna verdiği cevaplar “kurgusallığa karşı farkındalık” sorunu bağlamında gruplandırılmıştır. Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin medyanın kurgusallığına karşı farkındalık düzeylerinin yüksek olduğunu düşünen 5 katılımcı (%45) olduğu görülmektedir. Buna karşın 4 katılımcı (%36) öğrencilerin medyadan servis edilen içeriklerin kurgu olduğunu fark edemedikleri yönünde görüş belirtmektedir. 4 katılımcı ise (%36) öğrencilerde bir farkındalık olmasına rağmen yine de medyadan etkilendiklerini ifade etmektedir.

Aşağıda, katılımcılar tarafından araştırma sorusuna verilen yanıtlardan bazılarına, Tablo 4’te yer bulan farkındalık düzey kategorilerindeki sıralamaya göre yer verilmiştir. Buna göre önce “K7” ve “K9” kodlu katılımcıların öğrencilerin kurgusallığa karşı farkındalık düzeylerinin yüksek olduğunu vurgulayan ifadelerine yer verilmektedir:

K7: “Genel olarak kurgu olduğunun farkındalar. Özellikle 6, 7 ve 8. sınıfa giden öğrencilerim bunu çok iyi ayırabilmektedir. Bunda soyut düşünme becerilerinin yüksek olmasının payı var diye düşünüyorum.”

K9: “6, 7 ve 8. sınıflar farkında, bu öğrencilerin yaş aralığına bakıldığında ilköğretim düzeyindeki çocuklara göre bilişsel gelişim açısından daha olgun olmaları medyaya karşı bir farkındalık geliştirmelerini sağlamaktadır.”

Bu ifadelerden yola çıkarak K7 kodlu katılımcı medya kurgusallığına dair farkındalığın oluşmasının temel sebebini öğrencilerin soyut düşünme becerilerine bağladığı görülmektedir. Katılımcının öğrencilerin mensup oldukları sınıfları vurgulamasının nedeni de yine soyut düşünme becerisi ile farkındalık arasında bir ilişki olduğunu belirtme gayesi taşımaktadır.

Benzer şekilde K9 kodlu katılımcı da medyanın kurgusallığı ile farkındalık düzeyini karşılaştırırken öğrencinin öğrenim kademesini belirtme gereği duymuştur. Devamında yaş aralığı ve bilişsel gelişim vurgusunun da bu ifadeyi güçlendirmek için yapıldığı görülmektedir.

“K1” ve “K6” kodlu katılımcılar, öğrencilerinin medyanın kurgulanmış olduğunu farkında olmadıklarını, yani bir tür gerçeklik sorunu ile karşı karşıya kaldıklarını dile getirmektedir:

K1: “Maalesef öğrencilerim bunun farkında değil. Ben: ‘Bunlar sadece senaryo, gerçek hayatta böyle şeyler olmaz.’ dediğimde, ‘Nasıl olmaz ya.’ diyorlar. Algılamakta güçlük çekiyorlar. Bazı öğrencilerim mesela ilerde çok zengin olacaklarını, son model bir arabayla bütün Burdur’u gezeceklerini, lüks evlerde yaşayacaklarını söylüyorlar. Bu yanılgıya maalesef TV’de izledikleri dizi/filmler yüzünden düşüyorlar. Nasıl olsa zengin olacağım düşüncesi hâkim.”

K6: “Ben farkında olmadıklarını düşünüyorum. Örneğin kız öğrencilerim bu konuda dikkatimi çekiyor. İleride holding sahibiyle evlenme hayalleri kuruyorlar yaşadıkları hayattan kurtulmayı düşünüyorlar, villa da oturacaklarını zannediyorlar. Çünkü ekranda öyle hayatlar özendiriliyor sürekli”

Yukarıda ki bulgulardan yola çıkarak, öğrencilerin tükettikleri içerikler yüzünden gerçeklik algılarında bozulmalar olduğu ortaya çıkmaktadır. Her iki katılımcının da öğrencilerinin büyüdüklerinde tıpkı izledikleri içeriklerde ki gibi yaşayacakları düşüncesine sahip olduklarını vurgulamaları medya araçlarının kurgusal boyutunun ne denli gerçekçi olduğunu ortaya koyması bakımından önemlidir. Kısacası medyanın kurgusal yapısının, öğrenciler üzerinde hayalcilik ve gerçeklikten uzaklaştırma gibi tesirlere sahip olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmektedir.

“K4” ve “K5” kodlu katılımcılar ise öğrencilerinin medyanın kurgusal bir dünya olduğunu farkında olduklarını ama buna rağmen etkilendiklerini söylemektedirler:

K4: “Bunların birer kurgu olduğunu farkındalar ama etkileniyorlar. Mesela zamanında Kurtlar Vadisi, Adanalı gibi dizler vardı; öğrencilerim onlardan etkileniyorlardı,

ekranda olanların kurgu olduğunun bilincindeydiler ama o dizinin ambiyansından karakterlerin çekiciliğinden etkileniyorlardı.”

K5: “Aslında ortaokul öğrencisi oldukları için kurgunun farkındalar ama o kurgunun gerçek olma ihtimalini de düşünüyorlar. Yani şuan seyrettikleri en popüler içerikler animeler var onlardan çok etkileniyorlar; çizimlerden, resimlerden, karakterlerden, olay örgülerinden vs. bunun kurgu olduğunun da farkındalar ama bunun gerçek olabileceğine dair de bir soru işareti koyuyorlar.”

“K4” kodlu katılımcıya göre öğrencilerde izledikleri içeriğe karşı bir farkındalık bilinci olmasına rağmen, ekranda yaratılan çekici atmosfer ve karakter yapılarından etkilenme söz konusudur. Yani öğrenci hem ona sunulan içeriğin göz kamaştırıcı atmosferinden etkilenmekte hem de karakter ile kendi arasında bir özdeşim kurmaktadır. “K5” kodlu katılımcı da benzer şekilde öğrencilerin farkında olmalarına rağmen, içeriğin teknik yönlerinden ve karakter ile olay örgülerinden etkilendiklerini belirtmektedir.

4.1.4. Medyanın eğitimde kullanımına ilişkin bulgular. Araştırmanın medyanın eğitimde kullanımına dair teması çerçevesinde katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerinden elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular Tablo 5’te verilmiştir:

Tablo 5.

Medyanın Eğitimde Kullanımına İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

		Katılımcılar	f	%	N
Kullanım Amacı	Farklı Duyu Organlarına Hitap Etme	K1, K3, K7, K8, K10, K11	6	54	11
	Medya Materyallerine Duyarlılık	K1, K2, K6, K8,	4	36	11
	Dersin Anlaşılabilir Olması	K2	1	9	11
Kullanılan Araçlar	Akıllı Tahtadan Faydalanma	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11	11	100	11
	TV’den faydalanma	K1,K3, K4, K6, K8, K11	6	54	11

Tablo 5'in Devamı.

Medyanın Eğitimde Kullanımına İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

		Katılımcılar	F	%	N
Kullanılan Araçlar	Bilgisayardan Faydalanma	K3, K6, K7, K9, K10	5	45	11
	İnternette Faydalanma	K2, K3, K6, K8, K10	5	45	11
	EBA'dan Faydalanma	K1, K4, K5, K8	4	36	11
	Akıllı Telefondan Faydalanma	K7, K9, K10	3	28	11
	Zoom'dan Faydalanma	K1, K5, K9	3	28	11
	Whatsapp'tan Faydalanma	K1, K7, K9	3	28	11
	Gazete, Dergi ve Radyodan Faydalanma	K9	1	9	11

Tablo 5 incelendiğinde, kullanım amaçları kategorisi altında 6 katılımcı (%54) medya ortam ve araçlarının öğrencilerin farklı duyu organlarına hitap etmesinden dolayı tercih ettiklerini aktarmaktadır:

K1: “Başta akıllı tahtalar ve bilgisayar gibi diğer medya araçları görsel ve işitsel anlamda farklı duyu organlarına yönelik olması öğrencinin derse katılımında etkili oluyor.”

K11: “Diğer yandan bizim kullandığımız akıllı tahtalarda çocuğun görsel ve işitsel duyu organlarına daha fazla hitap ediyoruz. Bu da öğrenmelerde kalıcı izli davranış değişikliklerine sebep verebiliyor.”

Her iki katılımcı da akıllı tahta başta olmak üzere tercih edilen diğer medya araçlarının birden fazla duyu organına hitap ettiğini ve öğrencilerin bu sayede dersleri daha iyi anladığını ifade etmektedir. Özellikle görselliğin ve işitselliğin iki katılımcı tarafından vurgulandığı ve bu yönüyle medya araçlarını tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 5'e bakıldığında 4 katılımcı (%36) öğrencilerinin medya araçlarına daha duyarlı olduğu için medyadan faydalandığı yönünde görüş belirtmektedir:

K2: “Yeni nesil çocuklar medya araçları ile çok fazla haşır neşir oldukları için böyle akıllı tahta gibi veya EBA gibi uygulamalara karşı daha duyarlı oluyorlar.”

K6: “Öğrencilerim medya araçlarını kendilerine yakın hissediyorlar. Akıllı tahta mesela, işlediğim konuyu daha iyi anlıyorlar, duyarlılar akıllı tahtaya. Ya da akıllı telefonla bile işlediğim oluyor bazen, hemen sinyalleri açıyorlar. Doğal bir durum tabi, sürekli bu araçlar ile vakit geçiriyorlar ve bu araçlara karşı bir duyarlılık geliştirmişler.”

“K2” ve “K6” kodlu katılımcılar öğrencilerin günlük hayatlarında sürekli medya araçları ile vakit geçirdikleri için doğal olarak medya araçları ile işlenen derslere daha duyarlı olduklarını vurgulamaktadır.

Tablo 5’in kullanılan araçlar kategorisine bakıldığında, 11 katılımcının tamamının (%100) akıllı tahtadan faydalandığı göze çarpmaktadır. Bu anlamda “K9” kodlu katılımcının görüşleri akıllı tahta kullanımının tüm katılımcı öğretmenler tarafından kabul görmesinin anlaşılması bakımından önemlidir:

K9: “Özellikle akıllı tahtalar; Önceden öğretmenlerimiz sınıfa harita getirirlerdi örneğin, en arkadaki çocuklar bazen görürdü bazen göremezdi. Fakat akıllı tahtalar sayesinde bu gibi zorluklar ortadan kalktı gerektiğinde yakınlaştırebiliyorsunuz daha bir kolay oldu artık öğretim. Diğer yandan akıllı tahtanın işitsel yönünün de olması bir başka avantaj. Öğrencilerinde buna olumlu tutum geliştirdikleri çok açık. Sınav sonuçlarında gözle görülür bir yükselme var, en azından akıllı tahtanın olmadığı dönemde de görev yapmış birisi olarak bunu rahatça söyleyebilirim.”

“K9” kodlu katılımcının yukarıdaki ifadelerine bakıldığında akıllı tahta sayesinde öğretim zahmetsiz ve kaliteli bir şekilde öğrencilere sunulduğu görülmektedir. Önceden kullanılan harita gibi materyallerin kullanışsız olduğunu vurgulayan “K9” akıllı harita sayesinde fiziki zorlukların ortadan kalktığını bunun yanında işitsel duylara da hitap edebilmesi bakımında öğretimin kalitesi arttırdığını belirtmektedir. Öğrencilerin ise akıllı tahtalara karşı olumlu bir tutum takındığını söyleyen “K9” bunun öğrencilerin notlarına ve ders başarısına da yansıdığını ifade etmektedir.

Tablo 5’te ifade bulan bir diğer araç ise televizyondur. 6 katılımcı (%54) eğitim-öğretim sürecinde televizyondan faydalandığını belirtmiştir. Aşağıda televizyonu eğitim-öğretimde aktif bir şekilde kullandığını söyleyen “K3” kodlu katılımcının görüşleri yer almaktadır:

K3: “TV’lerden çokça örnekler veriyorum. Haberleri izlemelerini ödev olarak veriyorum, bazen sınıfta TV’den bir konu belirleyip tartışıyoruz. Netice de hepsi evde ailesiyle beraber bir şekilde TV izliyor. Bu anlamda TV’yi de aktif şekilde kullanıyorum.”

“K3” kodlu katılımcı öğrencilerinin televizyon kullanımlarını göz önünde bulundurarak, onların izlediği içerikler üzerinden ders işlemektedir. Bazen de televizyon izleme ödevleri verdiğini kaydeden “K3” televizyondan aktif olarak faydalandığını aktarmaktadır.

Tablo 5 incelendiğinde 5 katılımcının (%45) eğitim-öğretim sürecinde bilgisayardan faydalandığı görülmektedir. Bu bağlamda “K6” kodlu katılımcının görüşleri şu şekildedir:

K6: “En fazla kullandığım bilgisayar oluyor. Özellikle internet üzerinden diğer sosyal bilgiler öğretmenlerinin hazırladığı slaytlara vs. ulaşabiliyorum, kendim slaytlar hazırlıyorum, bana katacağı yenilikler için kullanıyorum genelde.”

“K6” kodlu katılımcı bilgisayardan diğer sosyal bilgiler öğretmenlerinin hazırladığı slaytlara ulaşabilmek, kendi slaytlarını oluşturabilmek ve kendisini geliştirebilmek için faydalandığını ifade etmektedir.

5 katılımcı (%45) ise internetin bu süreçte faydalandıkları bir araç olduğu yönünde görüş belirttikleri anlaşılmaktadır:

K8: “...ama şimdi internet var, istediğimiz yere anında bağlanıyoruz, örneğin İstanbul’a gitmeyen bir sürü öğrenci var, internetten sanal müzeler var oraya bağlanıyorum, Topkapı Sarayı, Yerebatan Sarnıcı vs. hepsini üç boyutlu bir şekilde öğrencilerime gösteriyorum böyle olunca çocuklar daha iyi anlıyor.”

“K8” internet sayesinde birçok zorluğun çözüldüğünü sanal müzelere örneği üzerinden vermektedir. Daha önceden İstanbul’a gitmemiş öğrencileri için internetten sanal müzelere bağlandığını aktaran “K8” bu sayede öğrencilerin konuları daha iyi anladığını söylemektedir.

4 katılımcı (%36) eğitim-öğretim sürecinde EBA uygulamasından oldukça verimli şekilde faydalandığını belirtmektedir:

K1: “EBA uygulamasını oldukça aktif kullanıyoruz. İçinde her türlü eğitim içeriği mevcut, öğrenciler istediği dersi istedikleri zaman dinleyebiliyorlar, soru çözüp pekiştiriyorlar. Malum pandemi döneminde bütün eğitim camiasının en önemli yardımcısı oldu.”

“K1” kodlu katılımcıya göre EBA sayesinde öğrenciler derslerini takip edebilmekte ve soru çözerek derslerini pekiştirebilmektedir. Bununla beraber “K1”, Covid-19

salgını sürecinde eğitim camiasının EBA'dan son derece verimli şekilde faydalandığını da belirtmektedir.

Tablo 5'te yer alan 3 katılımcı (%28), akıllı telefonlardan faydalandığı yönünde görüş bildirirken, 3 katılımcı da (%28) Zoom uygulamasından yararlandığını söylemektedir:

K5: “Öte yandan bu pandemi sürecinde Zoom uygulaması bizim birçok işini kolaylaştırdı, öğrencilerin eğitimden mahrum kalmamasına ön ayak oldu.”

“K5”, Covid-19 salgın sürecinde öğrenciler ile öğretmenlerin Zoom uygulaması üzerinden iletişim kurduğunu ve bu uygulama sayesinde ders işlediğini belirtmektedir.

3 katılımcı (%28) ise WhatsApp uygulaması ile eğitim-öğretim sürecini desteklediklerini ve fayda sağladıklarını ifade etmektedir:

K7: “Özellikle bizimde içinde bulunduğumuz WhatsApp grupları bizim işimiz kolaylaştırması bakımından faydalı. Ben bazen o gruptan soru, not falan atıyorum, çocuklarda oradan ulaşabiliyor.”

Yukarıdaki bulguya bakıldığında WhatsApp uygulaması katılımcı ile öğrencilerinin ortak kullandıkları bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. “K7” WhatsApp gruplarında öğrencileri ile soru ve not paylaştığını açıklamakta, bu yönüyle de faydalı bir uygulama olduğunu söylemektedir.

Tablo 5'te 1 katılımcının da eğitim öğretim sürecinde gazete, dergi ve radyodan faydalandığı yönünde görüş beyan ettiği görülmektedir:

K9: “Ayrıca bizim ders konumuz olması itibarıyla çocuklara öğretmek, göstermek adına gazete, dergi ve radyo gibi medya araçlarını da materyal olarak kullanıyorum.”

Yukarıda yer alan ifadeler incelendiğinde “K9” kodlu katılımcının gazete, dergi ve radyo gibi medya araçlarını ders konusu olduğu için kullandığı anlaşılmaktadır. Burada söz konusu araçların diğer araçlar gibi aktif bir kullanımının olmadığı anlaşılmaktadır.

4.2 Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Göre Medya Ortam ve Araçlarının Ortaokul Öğrencilerinin Davranış Eğilimine Etkileri Nasıldır?

4.2.1. Medyanın olumlu ve olumsuz etkilerine ilişkin bulgular.

Araştırmanın ana problem cümlesini oluşturan ve medyanın öğrenci davranış eğilimi üzerindeki etkilerini açıkladığımız bulgular bu başlık altında yer almaktadır. Öncelikle medyanın ortaokul düzeyindeki öğrencilerin davranış eğilimlerini hangi açılardan etkilemekte olduğuna ilişkin davranışın boyutları açıklanmakta ve ikinci olarak etkilerin her bir boyuttaki olumlu ve olumsuz yönleri sunulmaktadır. Etkilerin öğrenci davranış eğilimleri üzerindeki boyutları Tablo 6’da yer almaktadır:

Tablo 6.

Medyanın Öğrencilerin Davranış Eğilimlerine Etkisine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

Davranış Boyutu	Model Edinme Boyutu
	Davranış ve Değer Kazanımı Boyutu
	Sosyal Beceriler Boyutu
	Sağlık Boyutu
	Genel Duygu Durumu Boyutu
	Akademik Başarı Boyutu
	Düşünce Dünyası Boyutu

Tablo 6’da yer alan öğrencilerin medyayı takip etme ile model edinme davranış boyutu arasındaki ilişkiyi dair öğretmenlerin görüşleri Tablo 7’de verilmektedir.

Tablo 7 incelendiğinde, model edinme bağlamında katılımcıların yanıtlarının olumlu ve olumsuz etkiler olmak üzere kategorize edildiğini görmekteyiz. Buna göre; medyanın öğrencileri mesleki tercihlerini yaparken yönlendirdiğine dair 4 katılımcı (%36) olumlu yönde görüş belirtmektedir.

Tablo 7.

Model Edinme Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

	Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Model Edinme	Olumlu Etkiler	Mesleki Tercih	4	36	11
		K1, K8, K10, K11			
	Olumsuz Etkiler	Küfür ve Argo	6	54	11
		K1, K2, K6, K8, K10, K11			
		Giyim-Kuşam	11	100	11
		K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11			
		Taklit	4	36	11
		K1, K4, K8, K11			
		Ahlaka Aykırı Davranış Kazanımı	1	9	11
		K6			
		Mesleki Tercih	7	63	11
		K2, K3, K6, K8, K9, K10, K11			

Olumsuz Etkiler kategorisi altında ise 11 katılımcı (%100) medyanın öğrencilerin giyim-kuşamları üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu düşünürken, 7 katılımcı (%63) mesleki tercih konusunda medyanın öğrencilere olumsuz bir şekilde rehberlik ettiğini söylemektedir. 6 katılımcı (%54) öğrencilerin medyadan küfür ve argo kullanımı konusunda etkilendiğini belirtirken, 4 katılımcı (%36) olumsuz davranışların taklit edilerek medya aracılığıyla benimsendiğini ifade etmektedir.

Tablo 7’de belirtilen Olumlu Etkiler kategorisi altında öğrencilerin mesleki tercih açısından medyadan etkilendikleri görülmektedir. Bu kapsamda “K1” ve “K8” kodlu katılımcıların ifadeleri dikkate değerdir:

K1: “Hep olumsuz gibi bahsettik ama bazı öğrencilerim örnek aldığı futbolculara özendiler, çalıştılar ve şuan bazıları profesyonel futbolculuk yapıyor.”

K8: “Birçok öğrencim, sosyal medyadan, TV’den falan örnek aldıkları kişiler gibi olmak, onlar gibi yaşamak istiyor. İşte futbolcu olmak, asker-polis vs. olmak isteyen öğrencilerim var. Mesleki açıdan şimdiden hedef koymaları bence değerli bir kazanım.”

“K1” kodlu katılımcının ifadelerinde de görüldüğü üzere bazı öğrenciler medya araçları vasıtasıyla takip ettikleri futbolcuları model almışlardır. İlerleyen süreçte bu öğrencilerin futbolculuk mesleğine yöneldikleri görülmektedir.

“K8” kodlu katılımcı da aynı şekilde öğrencilerinin farklı medya araçları sayesinde mesleki tercihlerini yapabildiklerini ve bunun kıymetli bir kazanım olduğunu belirtmektedir.

Model Edinme boyutunun Olumsuz Etkiler kategorisi altında ise medyanın öğrencilerin giyim-kuşamlarını olumsuz yönde etkilediği 11 katılımcı (%100) tarafından ifade edilmektedir. Bu hususta “K1”, “K3” ve “K4”ün gözlemleri medya ile giyim-kuşam arasındaki ilişkiyi açıkça göstermektedir:

K1: “Çok somut bir örnek vermek gerekirse benim daha henüz 5. Sınıfa giden bir öğrencim vardı, çocuk evde sürekli Youtube’den makyaj videoları falan izliyormuş. Bir gün çocuk kayboldu, evden okula gidiyorum diye çıkmış fakat okula da gelmedi. Biz çocuğu Salı pazarında ucuz makyaj malzemeleri satan bir serginin başında bulduk. Bu açıdan baktığımızda çocuk Youtube’da izlediği bu videolardan etkilenerek hem derse gelmiyor hem de ailesine yalan söylemiş oluyor. Çok yönlü bir durumla karşı karşıyayız. Olayın üzerinden 3 sene geçti şu an 8. Sınıf öğrencisi ve durum hala aynı. Teneffüslerde sürekli lavaboya gidiyor, bütün teneffüs boyunca makyaj yapıyor.”

K3: “Genelde takip ettikleri ünlüler veya Youtuberlar gibi giyinmek istiyorlar. Örneğin saçlarını onlar gibi boyuyorlar, giyim-kuşamlarını, tepeden tırnağa onlara uydurmaya çalışıyorlar. Çocuk çocuğa benzemiyor artık maalesef.”

K4: “Bu konuda özellikle kız çocuklarına bir parantez açmak istiyorum. Kız çocukları giyim-kuşamlarını medyanın onlara servis ettiği şekliyle belirliyorlar. Örnek vermek gerekirse çok kısa elbiseler, göbeği açık kıyafetler bir kız öğrencide çok hoş durmuyor. Bunların bizim kültürel yapımıza da aykırı olduğunu belirtmek isterim fakat medyanın bu konuda çocuklarımıza olumsuz bir etkisinin olduğunu düşünüyorum.”

“K1” kodlu katılımcının ifadeleri, medya araçlarının çocukların giyim-kuşamlarını etkilemenin yanı sıra onların okula devam etmelerini engellediğini, farklı uğraşlara sevk ettiğini ve yalan söyleme davranışı kazandırdığını anlatması bakımından önemlidir.

“K3” kodlu katılımcı öğrencilerinin rol-model aldıkları ünlüler ve Youtuberlar gibi giyinme eğilimi içinde olduğunu vurgulamaktadır. “K3”e göre öğrenciler özdeşlik kurdukları rol-modellerine benzeyebilmek adına saçlarını boyadıklarını, onların giydiği kıyafetlere benzer giyinmek için uğraştıklarını belirtmektedir. Bu bakımdan çocukların klasik çocuk tanımına uymadığına dair eleştirel bir bakış açısı getirmektedir.

“K4” kodlu katılımcı ise özellikle kız öğrencileri üzerindeki gözlemlerini paylaşmaktadır. Ona göre kız öğrenciler, giyim-kuşamlarını medyanın onlara sunduğu moda göre belirlemektedir. Özel olarak bazı kıyafetlerin toplumsal kültür ile çeliştiğini ifade eden “K4” bu açıdan medyanın öğrenciler üzerinde yanlış bir örnek teşkil ettiğini düşünmektedir.

Tablo 7’de yer alan bir başka olumsuz model edinimi ise mesleki tercihtir. Medya, öğrencilerin mesleki tercihlerinde olumlu açıdan rehberlik ettiği gibi olumsuz açıdan da rehberlik etmektedir. Aşağıda medyanın öğrencilerin mesleki tercihlerinde olumsuz açıdan etki ettiği yönünde görüş bildiren “K6” ve “K11” kodlu katılımcıların görüşlerine yer verilmektedir:

K6: “YouTube’da videoların izlenme sayılarına göre para aldığını biliyorlar. Bende Youtuber olacağım diyorlar. Mesela bu durum çocukların düşünce dünyasında kolay yoldan para kazanma isteği uyandırıyor.”

K11: “Önceden, ileride ne olmak istiyorsun diye sorduğumda; ‘avukat, doktor, polis olmak istiyorum’ tarzında dönütler alırken artık; ‘Hacker, Youtuber olmak istiyorum.’ gibi dönütler almaya başladım. Bu, bence hayra alamet değil. Çocuk hacker olmak istiyor, suç teşkil eden bir meslek grubu bu, ama onun için önemli değil.”

Yukarıdaki bulgulara bakıldığında, “K6” kodlu katılımcı medya araçlarının, özellikle YouTube gibi para kazanma imkânının olduğu sosyal medya araçlarının çocuğa mesleki tercih açısından sağlıklı bir yönlendirme yapmadığını, salt para kazanma motivasyonu ile harekete geçirdiğini söylemektedir.

“K11” ise sosyal medya araçlarının meslek gruplarına yenilerini eklediğini söylemektedir. “K11” e göre öğrenciler önceden klasik, somut mesleklere yönelirken, artık meşruluğu tartışmalı, muğlak mesleklere yönelmektedir.

Tablo 6’ya bakıldığında küfür ve argo kullanımının da medya yüzünden kazanılan olumsuz bir davranış olduğu görülmektedir. Bu olumsuz davranış kazanımı bağlamında “K1” ve “K8” kodlu katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1: “Çocuklar izledikleri filmde yer alan tiptemenin hayat ve düşünce tarzına çok özeniyorlar. İzledikleri filmlerdeki gibi karşılaştıkları sorunları şiddet yoluyla çözmeye çalışıyorlar ya da argo ve küfür kullanarak tartışmalarda üstünlük kurmaya çalışıyorlar.”

K8: “Bunu en çok konuşma üsluplarında görüyorum. İşte kullandıkları cümleler kendi cümleleri olmuyor mesela, takip ettikleri Youtuberların veya film/dizi karakterlerinin

cümleleri oluyor. Onlar gibi argo, küfür kullanımı çok yaygın. Medyadan ne duyuyorlarsa onları söylüyorlar.”

“K1” öğrencilerinin medya aracılığıyla izledikleri içeriklerde yer alan tiplerden küfür ve argo öğrendiklerini belirtmektedir. “K1”e göre öğrenilen bu küfürler ve argo kelimeler, öğrenciler tarafından girilen tartışmalarda karşı tarafa üstünlük sağlayabilmek ya da karşı tarafı sindirmek için işlevsel bir hale getirilmektedir. Böylece öğrenci hayatının geri kalanında bu küfürlere ve argo kelimelere bir kullanım alanı sağlanmaktadır.

“K8” kodlu katılımcı ise öğrencilerinin rol-model aldıkları sosyal medya fenomenlerinin ve izledikleri dizi/film karakterlerinin konuşma üsluplarını benimsediklerini ve bu özdeşim kurma ile küfür ve argo kullanımı arasında bir bağlantı olduğunu söylemektedir.

Tablo 6 incelendiğinde taklit etme eğiliminin de olumsuz davranış kazanımı olarak kategorize edildiği dikkat çekmektedir. Bu konuda “K4” kodlu katılımcının gözlemleri şöyledir:

K4: “Bazı çizgi filmlerde, filmlerde, dizilerde ve bilgisayar oyunlarında karakter bir problemle karşılaştığında çözümü şiddete başvurmakta buluyor, çocuklara böyle bir alt metin sunuluyor. Çocukların taklit etmeleri ve içselleştirmeleri yetişkinlere göre daha gelişkin oluyor. Böyle yapımlara maruz kalan çocuklar da maalesef çözümü şiddette arayabiliyor. Mesela geçen yıl iki öğrencim bir konu üzerinde anlaşamamışlar, kavga etmişler, öğrencimden birisi diğerine televizyonda izlediği bir tekme hareketini yapmaya kalkmış. Zor bir hareket olsa gerek, o esnada düşüp bileğini çatlatmış. Duruma bu açıdan baktığımızda nerelere varan bir olay. Öğrencim hastanelik oldu, o gün nöbetçi olan arkadaşın yok yere başı ağrıdı.”

“K4” kodlu katılımcının aktardığı bulguya göre öğrenciler birbirleri ile olan ilişkilerinde anlaşmazlığa düştüklerinde şiddete başvurabilmektedir. Şiddetin öğrenimi ise medya araçları vasıtasıyla olmaktadır.

Tablo 6’da yer alan öğrencilerin medyayı takip etme ile Davranış ve Değer Kazanımı boyutu arasındaki ilişkiye dair katılımcıların görüşleri Tablo 8’de verilmiştir:

Tablo 8.

Davranış ve Değer Kazanımı Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

		Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Davranış ve Değer Kazanımı	Olumlu Etkiler	Özgüven	K7, K11	2	18	11
		Çevreye Duyarlılık	K8	1	9	11
		Şiddet-Saldırganlık Eğilimi	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K11	9	81	11
	Olumsuz Etkiler	Yalan Söyleme	K1, K5	2	18	11
		Bencillik	K2, K3, K4, K5, K7, K8, K10	7	63	11
		Önyargı	K3	1	9	11
		Akran Zorbalığı	K6, K7, K11	3	28	11
		Kumar Alışkanlığı	K10	1	9	11
		Sabırsızlık	K3, K10, K11	3	28	11
		Ukalalık	K7, K11	2	18	11
		Hayalcilik	K3, K8, K11	3	28	11
		Korsan Kullanım	K11	1	9	11

Tablo 8'e bakıldığında, medya araçlarını kullanım ile Davranış ve Değer Kazanımı bağlamında verilen yanıtların olumlu ve olumsuz etkiler şeklinde gruplandığı görülmektedir.

Olumlu Etkiler kategorisinde, 2 katılımcı (%18) medya araçlarının öğrencilerin özgüvenlerinde artırıcı bir etkiye sahip olduğunu belirtirken, 1 katılımcı da (%9), medyanın, onların çevreye daha duyarlı bireyler olmalarına katkı sağladığını ifade etmektedir.

Aşağıda, ilk olarak medya araçlarının kullanımının, öğrencilerin özgüven durumuna olumlu şekilde etki ettiğini savunan “K11” kodlu katılımcının görüşlerine, ardından da medya araçlarının öğrencilerde çevreye karşı duyarlı bir tutum oluşturduğunu belirten “K8” kodlu katılımcının ifadelerine yer verilmektedir:

K11: “En göze çarpan nokta çok rahat ve yüksek özgüven sahibi olmaları. Çünkü başta internet olmak üzere birçok medya aracından çok farklı şeyleri hızlı ve zahmetsiz şekilde öğrenebiliyorlar. Bir olay karşısında ne yapmaları gerektiğini, hayata karşı tavır almayı falan öğreniyorlar. Bu çocuklar birçok şeyi medya sayesinde öğreniyor ve biliyorlar. Bilmek insanı cesur yapar. Onun için özgüvenleri yüksek diye düşünüyorum.”

“K11” kodlu katılımcı, özgüven ile bilgi arasında olumlu bir ilişki olduğunu düşünmektedir. Günümüzde medya araçlarının en önemli bilgi sağlama aracı olduğuna işaret eden “K11”, başta internet olmak üzere, medya araçları sayesinde öğrencilerinin pek çok konu hakkında bilgi sahibi olduklarını ve bu durumda özgüvene olumlu anlamda yansıdığını vurgulamaktadır.

K8: “Mesela birkaç öğrencimin TV’de izlediği bir reklam filminden etkilenerek yerden çöp topladıklarına şahit oldum. Açıkçası bu durum hoşuma gitmişti. Keşke medya, böyle yapımlar üretmeyi daha fazla tercih etse.”

“K8” kodlu katılımcı ise medyanın öğrencilerde çevre temizliğine karşı bir bilinç uyandırdığını gözlemlemektedir. Bununla beraber, medya araçlarının bu tarz olumlu içerikler üretme noktasında yetersiz olduğunu düşünmektedir.

Tablo 8’in Olumsuz Etkiler kategorisinde ise 9 katılımcı (%81), medyanın öğrenciler üzerinde şiddet ve saldırganlık gibi davranışlar kazandırdığını belirtmektedir. 7 katılımcı (%63) bencillik gibi olumsuz bir değer kazanımına dikkat çekerken, 3 katılımcı (%28) akran zorbalığı, 3 katılımcı (%28) sabırsızlık ve 3 katılımcı da (%28) hayalcilik gibi olumsuz davranış ve değer kazanımlarına işaret etmektedir. 2 katılımcı (%18), yüksek oranda medya kullanıcısı olan çocuklarda; yalan söyleme ve ukalalık gibi olumsuz davranışlar gözlemlediğini aktarmaktadır. Bunlara ek olarak 1 katılımcı da (%9) medyanın; kumar alışkanlığı ve korsan kullanım gibi olumsuz davranışlara ve değer yargılarına sebep olduğunu ifade etmektedir.

Aşağıda, medyanın şiddet ve saldırganlık eğilimlerine etki ettiğini savunan “K4” ve “K10” kodlu katılımcıların görüşlerine yer verilmektedir:

K4: “Örneğin, TV’de ki bir karakter cinayet işliyor ama herhangi bir cezai yaptırım almıyor bunu izleyen çocukta şiddete meyilli hale geliyor, basit, cezai müeyyidesi olmayan bir işmiş gibi geliyor cinayet işlemek. Belirtmek isterim ki; bu yapımları izleyip okula bıçakla gelen, arkadaşını bıçaklamak isteyen öğrencilerim oldu.”

K10: “Youtube’u da bir sosyal medya aracı olarak düşünürsek, oradaki bazı içeriklerin çocuklarda saldırgan davranışlara neden olduğunu söyleyebilirim. Bir öğrencim Youtube’da izlediği şiddet temalı bir şakayı arkadaşına uygulamaya çalışmış ve arkadaşının burnunu kırmıştı.

... Yine Youtube’un yanı sıra TikTok’ta şiddeti meşrulaştıran ve sempatikleştiren bir uygulama. Bu tür medya araçlarını kullanan öğrencilerimin şiddete olan eğilimlerinin arttığını ifade edebilirim.”

“K4” kodlu katılımcı medya araçlarında gösterilen bazı içeriklerin şiddeti özendirdiğini düşünmektedir. “K4”, okula arkadaşına zarar vermek amacıyla bıçak getiren öğrencisini örnek vererek bu savını güçlendirmektedir. Ona göre özellikle televizyon ekranlarında gösterime giren bazı yapımlarda yer alan karakterlerin şiddete başvurduklarında herhangi bir ceza görmemesi şiddeti olağanlaştırmaktadır. Bu da öğrencilerin şiddeti bir çözüm aracı olarak görmelerine sebep olmaktadır.

“K10” kodlu katılımcı da benzer şekilde bazı medya araçlarının şiddeti meşrulaştırdığını savunmaktadır.

Tablo 8’de yer alan bir başka olumsuz davranış ve değer kazanımının ise bencillik (%63) olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda “K2” ve “K10” kodlu katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K2: “Empati, diğerkâmlık gibi duyguların gün geçtikçe gündemlerinden çıktığını düşünüyorum. Bencilleşiyorlar ve yalnızlaşıyorlar. Karşısındaki kişinin ne düşündüğünü önemsemiyorlar, çünkü yalnızlığı, ben olmayı, bireysel olmayı özendiren bir yapı ile karşı karşıyalar.”

K10: “Hayatı daha bencil algılıyorlar, benim rahatım bozulmasın da kime ne olursa olsun düşüncesi hâkim. Çünkü sosyal medya veya diğer medya araçları buna teşvik ediyor, dikkat edin hep kişisel bilgisayar, kişisel hesap gibi kavramlar türedi son yıllarda, siz hiç bir bilgisayarın aynı anda iki kişi tarafından kullanıldığını gördünüz mü? Göremezsiniz çünkü kişisel. Veya bir bilgisayar oyununun iki kişiyle oynandığını? İşte bu medya sistemi insanları bireyselliğe ya da bencilliğe itiyor. Çocuklarda dünyayı bencil algılıyor doğal olarak.”

“K2” kodlu katılımcı, öğrencilerin medya kullanımına bağlı olarak empati ve diğerkâmlık gibi hasletlerden uzaklaştığını düşünmektedir. Gözlemlerinden aktardığına göre; medya, öğrencilere bireysel ve bencil bir tutum kazandırmaktadır. Bu tutum ise öğrencileri yalnızlaştırmaktadır.

“K10” kodlu katılımcı da medya ortam ve araçlarının öğrenciyi bencilliğe ittiğini hatta teşvik ettiğini ifade etmektedir. Ayrıca, “K10” medya araçlarının fonksiyonel yanlarına da dikkat çekerek, bu araçların kullanıcıları bireyselleştirmeyi amaçladığını vurgulamaktadır.

Tablo 8 incelendiğinde 3 katılımcının (%28) medya araçları ile akran zorbalığı arasında bir ilişki tespit ettiği görülmektedir. Buna paralel “K6” ve “K11” kodlu katılımcıların gözlemleri aşağıda verilmektedir:

K6: “Öncelikle müthiş bir akran zorbalığı yaşıyor. Birbirleri ile küfürleşmeler, hakaretler hatta yer yer fiziksel şiddet. Bu durumun yaşanmasında başta sosyal medya uygulamalarının ve oyunların payı var. Bazen bir mesajlaşma uygulamasında başlayan bir tartışma çok kolay bir şekilde kavgaya dönüşebiliyor. Ya da bir oyun yüzünden birbirlerine düşebiliyorlar.”

K11: “Önceki dönemlerde bizim okulumuzda sosyal medya yüzünden mahkemelik bir olay bile olmuştu. Oradan birbirlerine falan sataşmışlar, küfürleşmişler, birbirlerine tehditler savurmuşlar, oradan ailelere sıcıramış, oradan da mahkemelik olmuşlardı.”

“K6” kodlu katılımcı, özellikle sosyal medya araçları ile oyunların öğrencilerde akran zorbalığı davranışını kazandırdığını ifade etmektedir. Bu davranış ise çoğunlukla öğrencilerin birbirleri ile küfürleşmeleri veya kavga etmeleri şeklinde tezahür etmektedir.

“K11” kodlu katılımcı ise öğrenilen bu davranışın, ailelere kadar etki edebildiğini, yaşadığı bir örnek ile açıklamaktadır.

“K3”, “K10” ve “K11” kodlu katılımcılar, medyanın öğrencileri daha sabırsız (%28) bireyler haline getirdiğini belirtmektedir.

K10: “...internet beraberinde bir hız çağını da getirdi. Önceden uzaktaki bir akrabanla sabit hatlı telefonla konuşuyordun daha önceden ise mektuplaşıyordun ama bu internet, bize anlık birçok şeyi yapabilme imkânını kazandırdı, istediğimiz kişiyle istediğimiz anda ister sesli ister görüntülü iletişim kurabiliyoruz, ya da önceden bir araştırma için uğraşman, okuman, emek vermen gerekiyordu ama şimdi birkaç saniyede istediğin bilgiye ulaşabiliyorsun. İnternet biraz yavaşladığında çocuklar ne yapacağını şaşırıyor. Bu sefer de sabır gibi duyguların anlamı kalmıyor, şu anki çocuklarda bunu net bir şekilde görebilirsiniz. Çok sabırsızlar.”

“K10” kodlu katılımcı internet ile gelen birçok yeniliğin beraberinde birtakım olumsuzlukları da getirdiğini savunmaktadır. Ona göre internet ile birçok şeyi daha hızlı yapabiliyor olmak günlük hayatımızda büyük kolaylıklar sağlasa da, bu hız bireyleri, özellikle de öğrencileri sabırsız insanlara dönüştürmektedir.

3 katılımcı (%28) ise medya ortam ve araçlarının, öğrencileri boş bir hayalciliğe sevk ettiğini düşünmektedir:

K3: “İzledikleri Youtuberlardan çok fazla etkileniyorlar. Onlar gibi yaşamak, onlar gibi para kazanmak istiyorlar.

...kısa yoldan zengin olma hayaline kapılıyorlar, hayata karşı içi boş ve temelsiz bir hayal dünyası kuruyorlar. Gerçeklikten uzak bir hayal dünyası. Gerçeklik algılarında da bir bozulma olduğu açık.”

K8: “Çoğu ileride refah içinde yaşayacağını düşünüyor, öyle hayal ediyor. Çünkü medya onlara sürekli zengin ve rahat hayatları lanse ediyor. Fakat çocuklar bunu nasıl yapacağını bilmiyor ve bu uğurda çabalamıyor.”

“K3” kodlu katılımcı, öğrencilerinin bazı sosyal medya içerik üreticilerinin hayatlarına özendiğini ve onlar gibi zengin bir hayat sürdürmeyi hayal ettiklerinin söylemektedir. Fakat “K3”e göre bu temelsiz bir hayaldir, çünkü öğrencilerin gerçeklik algılarının bozulduğunu ve içinde bulundukları ortamın gerçekliğinin farkında olmadıklarını belirtmektedir.

“K8” ise bu gerçeklikten uzak hayalciliğin sebebini medya araçlarının öğrencilere lanse ettiği sahte dünya ile açıklamaktadır. Ona göre medya, öğrencilerin gerçeklik algılarını bozmakta ve onlara ulaşamayacakları hayatları, ulaşılabilmemiş gibi göstermektedir. “K8” kodlu katılımcı aynı zamanda, öğrencilerin kurdukları hayaller için çabalamadıklarını ve işin doğrusu bu çabalama eyleminin nasıl yapılacağını da bilmediklerini ifade etmektedir.

Tablo 8’de yer alan bir diğer olumsuz davranış kazanımı ise yalan söylemedir (%18). “K1” ve “K5” kodlu katılımcılar medya kullanımı ile yalan söyleme davranışı arasındaki ilişkiyi ifade ederken şu görüşlere yer vermiştir:

K1: “Çok somut bir örnek vermek gerekirse benim daha henüz 5. Sınıfa giden bir öğrencim vardı, çocuk evde sürekli Youtube’da makyaj videoları falan izliyormuş. Bir gün çocuk kayboldu, evden okula gidiyorum diye çıkmış fakat okula da gelmedi. Biz çocuğu Salı pazarında ucuz makyaj malzemeleri satan bir serginin başında bulduk. Bu açıdan baktığımızda çocuk Youtube’da izlediği bu videolardan etkilenecek hem derse gelmiyor hem de ailesine yalan söylemiş oluyor. Çok yönlü bir durumla karşı karşıyayız.

K5: “Biz okulda telefon kullanımına yasak getirdik mesela ama çocuk telefonu bir şekilde derse sokuyor. Biz fark edince de gözümüzün içine baka baka inkâr ediyor. Aslında bu araçlar çocuklarda yasakları delmeye dair bir eğilim geliştiriyor. Aynı şekilde yalan söyleme gibi olumsuz davranışlarda kazandırıyor.”

“K1” kodlu katılımcı, bir öğrencisinin YouTube’da izlediği makyaj videolarından etkilenecek, ailesine yalan söyleme marifetiyle okula gitmek yerine, makyaj malzemeleri satan tezgâhlara gittiğini örnek olarak vermektedir.

“K5” kodlu katılımcı da okulda telefon kullanımının yasak olduğu halde çocukların bu araçları derste kullandıklarını, yakalandıkları zaman ise yalan söylediklerini ifade etmektedir.

“K7” ve “K11” kodlu katılımcılar (%18), medya kullanımı ile ukalalık davranışı arasında bir etkileşimin söz konusu olduğunu belirtmektedir:

K7: “Daha özgür olduklarını düşünüyorlar, belli kalıplara gelemiyorlar. Özgüvenleri çok yüksek, tabii bazen bu özgüven ukalalığa da çok kolay bir şekilde dönüşebiliyor.”

K11: “İnternet ve sosyal medya araçları sayesinde bilmedikleri şey yok maşallah. Bu onlara temelsiz bir özgüven sağlıyor. Bu da iyi bir şey değil. Şımarıklığa ve ukalalığa sebep oluyor.”

Her iki katılımcı da medya kullanımı ile esasen olumlu bir davranış kazanımı olan özgüven arasında bir ilişki olduğunu kabul etmektedir. Fakat bu özgüvenden farklı olarak ukalalık davranışın daha belirgin olduğu konusunda ortak bir fikir ortaya atıyorlar. “K8” kodlu katılımcının ifadelerinde yer verdiği üzere, başta internet ve sosyal medya araçları sayesinde öğrenciler hemen her konu hakkında çok hızlı bilgi sahibi olmaktadır. Bu durum ise onlarda ukalalığa varabilecek derecede özgüven sağlamaktadır.

Tablo 8 incelendiğinde, medya kullanımına bağlı olarak önyargı davranışının kazanıldığı yönünde bir tespitin olduğu anlaşılmaktadır. “K3” kodlu katılımcının bu yöndeki beyanı ise aşağıda yer almaktadır:

K3: “Medya ortam ve araçları bu yeni nesil için bir yargılama kriteri haline gelmiş durumda. Onlara göre; sosyal medya hesabın yoksa veya akıllı telefonlarla, bilgisayarla çok içli dışlı değilsen cahilsin, gerisin. Sırf medya araçları ile olan ilişkinize bakarak size dair çok kolay bir çıkarım yapabiliyorlar.

...Çocuklar anne-babalarının cahil ve geri olduklarını düşünüyorlar. İnternette veya TV’de gördükleri yetişkinlerle kendi anne-babalarını mukayese ediyorlar. Onlar için internet veya diğer medya araçlarına mesafeli olan anne-babalar birer utanç kaynağı olabiliyor.”

“K3” kodlu katılımcıya göre, öğrenciler sosyal medya veya diğer medya araçları ile daha az ilişki kuran insanları, cahil olarak nitelendirmektedir. Diğer yandan öğrenciler çeşitli medya araçlarında gördükleri/izledikleri (film, dizi, reklam vs.), yani onlara servis edilen aileler ile kendi ailelerini kıyaslamaktadır. Bir diğer deyişle,

gerçek hayattaki aileler ile idealize edilmiş aileler arasındaki benzerlikler veya farklılıklar; övünç veya utanç kaynağı olabilmektedir.

Tablo 8’de yer alan bir diğer olumsuz davranış kazanımı ise “K10” kodlu katılımcı tarafından kumar alışkanlığı olarak aktarılmaktadır:

K10: “8. Sınıfa giden bir öğrencim, kullanıcısı olduğu sosyal medya uygulaması üzerinden poker, okey gibi oyunlar oynuyordu. Üstelik bu oyunlara para yükleyerek oynuyordu. Bir nevi kumar değil mi bu?”

“K10” kodlu katılımcı, bir öğrencisinin sosyal medya aracılığıyla, para karşılığında bahis oynadığını ifade etmektedir.

“K11” kodlu katılımcı ise medya kullanımının korsan kullanım oranını arttırdığını düşünmektedir.

K11: “...biz derste patentli, lisanslı ürünler tüketin, emeğe saygı duyun gibi telkinlerde de bulunuyoruz dersin konusu icabı. Fakat çocuk lisanslı bir anti-virüs programına 250 TL vermek yerine onu kaçak bir şekilde indiriyor ya da sevdiği bir sanatçının albümünü, parayla satın almak yerine internetten ücretsiz bir şekilde indiriyor. Bu açıdan baktığımızda, medya özellikle de internet emek hırsızlığına da kapı aralamış oluyor.”

“K11” e göre öğrenciler lisanslı ürünleri tercih etmek yerine, ücret vermekten kaçınmak amacıyla korsan ürünlere yönelmektedir. İnternet ise hususi olarak bu emek hırsızlığına zemin hazırlamaktadır.

Tablo 6’da yer alan bir başka boyut ise sosyal beceriler boyutudur. Medya kullanımı ile sosyal beceriler boyutunda gelişen davranış eğilimlerine ilişkin katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri Tablo 9’da yer almaktadır:

Tablo 9.

Sosyal Beceriler Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

		Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Sosyal Beceriler	Olumlu Etkiler	İletişim Kolaylığı	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K8, K9, K10, K11	10	90	11
		İletişim Bozukluğu	K1, K5, K7, K8, K10, K11	6	54	11
	Olumsuz Etkiler	Asosyallik	K1, K2, K4, K5, K7, K8, K10	7	63	11

Tablo 9 incelendiğinde, medya araçlarını kullanım ile Sosyal Beceri Davranış Kazanımı bağlamında verilen yanıtların olumlu ve olumsuz kategoriler şeklinde gruplandığı görülmektedir.

Olumlu Etkiler kategorisinde 10 katılımcı (%90), öğrencilerin kolay ve zahmetsiz bir şekilde iletişime geçebilmek için medyadan faydalandığı yönünde görüş belirtmektedir.

Aşağıda medyanın öğrencilere kolay şekilde iletişim imkânı sağladığını düşünen “K3” ve “K8” kodlu katılımcıların görüşlerine yer verilmektedir:

K3: “Sosyal medya uygulamalarının belki de tek olumlu yanı iletişim ve haberleşmeyi kolaylaştırmasıdır. Öğrencilerle öğretmenlerin veya velilerin iletişimi daha kolay bir hal aldı.”

K8: “Diğer yandan telefon esas kullanım alanı itibariyle yani iletişim fonksiyonu olarak büyük kolaylık sağlıyor. İsteddiğiniz anda istediğiniz öğrenciye ulaşabiliyorsunuz.”

“K3” kodlu katılımcı, sosyal medya uygulamalarına değinerek öğrenci-öğretmen, öğretmen-veli veya öğrenci-veli arasındaki iletişimin daha rahat bir hale geldiğini söylemektedir. Fakat “K3” kodlu katılımcının sosyal medyaya dair genellemeci ve indirgemeci tutumunun sosyal medyaya dair eleştirel bir mesafede durulduğunu göstermektedir.

“K8” kodlu katılımcıda benzer görüşleri bir kitle iletişim aracı olan telefon üzerinden aktarmaktadır. Her iki katılımcının da, medya araçları ile iletişim arasında olumlu bir tavır içinde oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 9’un Olumsuz Etkiler kategorisine bakıldığında, 7 katılımcının (%63), asosyal davranış bozukluğunu gözlemlediği görülmektedir. 6 katılımcı (%54) ise iletişim konusunda öğrencilerin problem yaşadığını aktarmaktadır.

Aşağıda, medyanın asosyal davranış bozukluğuna etki ettiğini savunan “K5” ve “K10” kodlu katılımcıların görüşleri aktarılmaktadır:

K5: “ Benim çocukluğumda biz aile denetiminde TV izlerdik. Babam TV kapanacak derdi kapanırdı, bizde bu açığı arkadaşlarımızla dışarıda oynayarak kapatırdık. Ya da annem yatılacak derdi doğru yatmaya giderdik ama şimdiki çocuklar zaten telefon kullanıyorlar. TV’nin bile doğru düzgün yüzüne bakmıyorlar, hadi yatağa diyorsun elinde telefonla yatağa giriyor, uyumuyor da yine onu kullanmaya devam ediyor. Bu

durum çocukta asosyalliği getiriyor, arkadaşlık kurma becerileri çok zayıf şimdiki çocukların.

... Bir kere çocuklar asosyal oldu. Biraz öncede söyledim gerçek dünyadan ve gerçek ilişkilerden kopuk vaziyetler, Instagram ve TikTok gibi uygulamalar da sürekli sahte bir dünya imgelemi ile karşı karşıyalar.”

K10: “Telefon, bilgisayar gibi medya araçları ile çok fazla vakit harcıyor olmaları onları daha asosyal hale getiriyor, sosyal ve somut ilişkilerden uzaklaşıyorlar.”

“K5” kodlu katılımcı kendi çocukluğu ile kıyaslama yaparak öğrencilerinin medyaya bağımlı hale geldiklerini vurgulamaktadır. Ona göre öğrenciler hayatının her anında akıllı telefon gibi medya araçlarına bağımlı halde yaşamaktadır. Bu da çocuğun arkadaşlık kurma gibi sosyal becerilerini olumsuz olarak etkilemektedir. Buna ek olarak “K5” sosyal medya uygulamalarının öğrencileri sahte bir dünya sunarak gerçek hayattan koparmaktadır. Bu gerçeklikten kopuş ise asosyal yaşantılara sebep olmaktadır.

“K10” kodlu katılımcı da öğrencilerin bağımlılık derecesinde medya kullanımlarının, onları sosyallikten ve somut ilişkiler kurmaktan uzaklaştırdığını belirtmektedir.

Tablo 9 incelendiğinde 6 katılımcı (%54) tarafından olumsuz bir davranış kazanımı olarak iletişim bozukluğu işaret edilmiştir. Bu kapsamda “K7” ve “K11” kodlu katılımcıları görüşleri şu şekildedir:

K7: “Aşırı medya kullanımının doğal bir sonucu olarak, bir iletişimsizlik de söz konusu. Evet, belki sosyal medya uygulamalarından iletişim kuruyorlar ama yüz yüze iletişim yok maalesef.

... Eskiden okulda kalıp top oynayanlar, ödev yapanlar vs. olurdu ama artık böyle öğrenci kalmadı. Evden bilgisayar oyunu oynuyorlar, ödev yapılacaksa evden yapıyorlar. Çocuklar somut ilişki kuramaz hale geldiler.”

K11: “Bilgisayar oyunları ile veya sosyal medya uygulamaları ile fazlaca vakit geçiren öğrencilerde içine kapanıklık durumu gözlemlenebiliyor. Arkadaşlık ilişkileri kurmada sıkıntı yaşayabiliyorlar. Oyun ortamında tanıştığı arkadaşı ile okul arkadaşlarından daha samimi bir ilişki kuruyor fakat bu biraz soyut ilişki oluyor. Bir de buna bağlı olarak bazı çocukların kelime kurmada güçlük yaşadığını, kalabalık önünde cümle kuramadığını da fark ettim ama mesajlaşma uygulamalarında maşallah hiç öyle bir sıkıntı yaşamıyor.”

“K7” kodlu katılımcı, çok fazla medyaya maruz kalan öğrencilerinin, sosyal medya uygulamalarında rahat bir şekilde iletişim kurarken, somut iletişim kurmada güçlük

çektiklerini belirtmektedir. “K7”ye göre sosyal medya araçları ile kurulan iletişim somut ilişkilere göre daha soyut kalmaktadır.

“K11” kodlu katılımcı ise “K7” kodlu katılımcıya paralel olarak öğrencilerin somut ilişki kuramadıklarını eklerken, öğrencilerin cümle kurmakta da zorlandığını ifade etmektedir.

Tablo 6’ya göre, medyanın bir başka etki boyutu ise sağlık boyutudur. Medya kullanımı ile sağlık boyutunda gerçekleşen bozukluklara ilişkin katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri aşağıda yer alan Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10.

Sağlık Boyutunda Gelişen Etkilere İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

	Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Sağlık	Obezite	K1, K5, K7, K8	4	36	11
	Kemik ve Eklem Ağrıları	K1, K5, K7, K8	4	36	11
	Göz Sağlığında Bozulma	K5, K7, K8	3	28	11
	Yorgunluk	K5	1	9	11
	Bağımlılık	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K11	9	81	11

Tablo 10’a bakıldığında medya araçlarının kullanımının uzun vade de öğrencilerin sağlığını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Bu tabloya göre; 9 katılımcı (%81) medya araçları ile uzun sürelerde vakit geçirildiği takdirde, medya araçlarına karşı bağımlılık oluştuğunu aktarmaktadır. 4’er katılımcı (%36) uzun süreli medya kullanımının öğrencilerde obezite ve eklem ağrılarına sebep olduğunu söylemektedir. 3 katılımcı (%28) öğrencilerinin göz sağlığında bozulmalar olduğunu belirtirken, 1 katılımcı da (%9) medyanın öğrencilerde yorgunluğa neden olduğunu söylemektedir.

Aşağıda, katılımcılar tarafından araştırma sorusuna verilen yanıtlardan bazılarına, Tablo 10’da ifade bulan sıralamaya göre yer verilmiştir. İlk olarak bağımlılık eğilimi hakkında görüş bildiren “K4” ve “K9” kodlu katılımcıların ifadelerine yer verilmektedir:

K4: “Kullanım süreleri çok fazla. Yüksek oranda bağımlılar diyebilirim. Hatta o kadar ki, artık bir arkadaşla ve aileye ihtiyaç duyduklarını bile zannetmiyorum.

...okul olan günlerde En az 4-5 saat akıllı telefonlarla meşgul oluyorlar, teneffüse çıkıyoruz örneğin çocuklar hemen telefonlara yapışıyor. Bu bizim okulda gördüğümüz manzara. Okuldan sonra eve gidiyorlar, evde kaç saat kullanıyorlar bilemem. Ya da hafta sonları okul yok mesela; büyük ihtimal sabahtan akşama kadar telefonla, bilgisayarla vakit geçiriyorlar. “

K9: “Kullanım sürelerine bir sınır konulmadığı takdirde medya öğrencinin en büyük düşmanı olabiliyor. Her olumsuz davranışın aslında temel sebebi öğrencinin sınır koyamaması ya da diğer bir deyişle bağımlı olması. Bir kere bağımlı oldular mı diğer tüm olumsuzluklarda peşi sıra geliyor.

...çocuğun medya araçlarına bu kadar bağımlı hale gelmesi ders başarılarında düşüşe, sosyal ilişkilerinde bozulmalara ve daha birçok probleme de sebep oluyor.”

“K4” kodlu katılımcının ifadeleri göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin okul olan günlerde dahi 4-5 saatlerini medya araçları ile geçirdiği, bu sürelerin okul olmayan günlerde yani hafta sonlarında daha yüksek olduğu tahmin edilmektedir. Buna paralel olarak öğrencilerin dış dünyadan izole oldukları hatta arkadaşlık ve aile ilişkileri gibi sosyal ilişkilere ihtiyaç duymadıkları “K4” kodlu katılımcı tarafından aktarılmaktadır.

“K9” kodlu katılımcı ise medya araçlarına bağımlılığın ders başarılarında düşüşe, sosyal ilişkilerin bozulmasına ve daha başka olumsuz etkilere kapı araladığını vurgulamaktadır.

Tablo 10’da yer alan sağlık boyutuna dair bir başka sorun ise obezitedir. 4 katılımcının (%36) ortak beyanda bulundukları bu soruna ilişkin “K1” ve “K5” kodlu katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1: “Mesela bir velinin dediğine göre çocuk yemeğe bile oturmuyormuş, o kadar fazla bilgisayar başında vakit geçiriyor ki, yemeği bile masasına istiyormuş. Bu çocuk ilerleyen süreçte aşırı kilo problemleri yaşamaya başlamıştı. Sonrasında diyetisyen desteği falan almıştı.”

K5: “Şu Uzaktan Eğitim döneminde çocuklar zaten evden çıkamadılar, bir yandan biz ders anlatıyoruz zaten –ki onda bile çoğu öğrenci derse katılmadı, yine oyun oynamaya vs. devam etti- bir de ders bittikten sonra her zamanki yaptıkları gibi bilgisayar oyunları ve sosyal medya ile vakit geçirdiler. Bu dönemde hemen hemen hiç evden çıkmadılar, doğal olarak okullar açılınca kilo almış şekilde geldiler. Zaten önceden kilolu olan öğrenciler bu süreçte obezleşmeye başladı. Yani bakıldığında bu medya bağımlılığı çocukları sadece asosyal yapmadı aynı zamanda ciddi hastalık riski taşıyan bireyler haline getirdi.”

“K1” kodlu katılımcı, bir öğrenci velisinin şikâyetini paylaşarak, artık öğrencilerin yemek yeme faaliyetini bile bilgisayar başında yapar hale geldiğini bunun sonucunda da öğrencilerinde obezleşmenin baş gösterdiğini vurgulamakta, öğrencilerin diyetisyen desteği almak zorunda kaldıklarını söylemektedir.

“K5” kodlu katılımcı ise uzaktan eğitim dönemine atıf yaparak, bu dönemde öğrencilerin hareketsiz bir hayat yaşamak zorunda kaldıklarını söylemektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak, yüz yüze eğitim süreci başladığında öğrencilerinin kilo alarak okula geldiklerini, öncesinde zaten kilolu olan öğrencilerin ise obezleşme eğilimine girdiklerini aktarmaktadır. Ayrıca “K5” kodlu katılımcı, uzaktan eğitim döneminde öğrencilerin derslere katılmak yerine oyun oynamak, sosyal medya hesaplarında vakit geçirmek gibi eylemleri tercih ettiklerini belirterek, Tablo 9’da bahsi geçen öğrencilerin medyaya olan bağımlılık eğilimlerini destekler niteliktedir.

K1, K5, K7 ve K8 kodlu katılımcılar (%36), uzun süreli medya kullanımının öğrencilerde eklem ve kemik ağrılarına sebep olduğunu söylemektedir. Aşağıda “K7” kodlu katılımcının görüşleri yer almaktadır:

K7: “Medya başında çok vakit geçiren çocuklarda mesela obez olma oranı, gözlerde bozulma vs. çok yüksek, ya da sırt ve eklem rahatsızlıklarından mustarip birçok öğrenci mevcut. Bu açıdan bilgisayar başı çekmekte; çocuk başına bir oturuyor saatlerce kalkmıyor.”

Tablo 10’da yer alan bir diğer sağlık sorunu ise göz sağlığıdır. Bu konuda “K5”, “K7” ve “K8” kodlu katılımcılar (%28) aynı şekilde ortak görüş belirtmektedir.

“K5” kodlu katılımcı (%9) ise medya araçlarının kullanımının öğrencilerde yorgunluğa sebep olduğunu belirtmektedir:

K5: “Bilgisayar, telefon, sosyal medya bağımlılığı yüksek öğrencilerin okula yorgun geldiklerine biz şahit oluyoruz zaten. Bundan sebep akademik anlamda çok başarılı olamadıklarını da aynı şekilde gözlemliyoruz.”

“K5” kodlu katılımcıya göre medya araçlarına bağımlılığı yüksek öğrenciler okula yorgun gelmektedirler. Bu durum ise öğrencilerin ders başarılarına olumsuz yansımaktadır.

Tablo 6’da yer alan öğrencilerin medya araçlarını takip durumları ile genel duygu durumları arasındaki etkileşim aşağıda yer alan Tablo 11’de görülmektedir.

Tablo 11.

Genel Duygu Durumu Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

		Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Genel Duygu Durumu	Olumsuz Etkiler	Korku	K1, K3, K11	3	28	11
		Yalnızlaşma	K2, K4, K5, K8	4	36	11
		Hayal Kırıklığı	K3, K7, K10	3	28	11
		Gerçeklikten Uzaklaşma	K5, K6, K8, K9, K11	5	45	11
		Suçlayıcılık/Yansıma	K3, K10	2	18	11

Tablo 11 incelendiğinde, medya araçları ile çok fazla vakit geçiren öğrencilerde; korku, gerçeklikten kopma, hayal kırıklığı, yalnızlık, kaygı ve suçlayıcılık gibi duygusal kökenli olumsuz davranış kazanımlarının baş gösterdiği görülmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında 5 katılımcının (%45), medyaya fazlaca maruz kalan öğrencilerin gerçeklikten uzaklaşma eğilimine sahip olduklarını tespit ettikleri görülmektedir. "K5" kodlu katılımcının bu yöndeki ifadeleri şu şekildedir:

K5: "Medya araçları çocukları çok fazla şekilde bireyselleştirmektedir. Bu durum, çocuğun gerçek dünya ile medyanın ona sunduğu sanal dünyayı birbirinden ayıramamasına neden olmaktadır. Çünkü çocuklar medya araçlarını bireysel bir şekilde kullanıyor, sürekli bir telefonla ya da bilgisayar ile meşgul oluyorlar. Medya araçları marifetiyle sanal bir dünya oluşturmuşlar. Bu sanal dünya ise beraberinde gerçek hayattan izolasyonu getiriyor. Çocukların gerçek hayata dair bir bilgilerinin veya tecrübelerinin olduğunu zannetmiyorum. Şahsen toplumsal hayatta işlerin nasıl yürüdüğüne dair bir fikirlerinin olduğunu da düşünmüyorum."

"K5" kodlu katılımcı, öğrencilerin medya araçlarına bu denli bağımlı olmalarının onları gerçek hayattan kopardığına ve yalıtıldığına inanmaktadır. Bu yalıtılmışlığın ise onları hayata karşı deneyimsiz bireyler haline getirdiğini ifade etmektedir.

Tablo 11 incelendiğinde medya araçlarına bağlı gelişen yalnızlaşma duygusunun 4 katılımcı (%36) tarafından ifade edildiği görülmektedir. "K2" kodlu katılımcının bu konu hakkındaki görüşleri aşağıda verilmektedir:

K2: "Bu derece medya bağımlısı olmaları sosyalleşmelerine mâni oluyor. Yalnızlaşıyorlar bir anlamda. Çocuklar artık eskisi gibi arkadaş canlısı değiller. Toplu bir şekilde aktivite yapamıyorlar, toplu iletişime geçemiyorlar kısacası topluca yapılan

eylemleri sevmiyorlar, yalnızken daha mutlu hissediyorlar. Akıllı telefonları, bilgisayarları veya tabletleri yetiyor onlara.”

“K2” kodlu katılımcının ifadelerine bakıldığında, medya araçlarını bağımlılık derecesinde kullanan çocukların kolektif eylemler yapmaktan kaçındıkları ve dolayısıyla yalnızlaştıkları görülmektedir. Fakat öğrencilerin bu yalnızlık halinden memnun oldukları da ayrıca belirtilmektedir.

4 katılımcıya (%36) göre ise medya kullanımı ile kaygı durum bozukluğu arasında bir bağlantı söz konusudur. Bu bağlamda “K3” ve “K11” kodlu katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K3: “Arkadaşlık ilişkileri de yine bu medya ortam ve araçları üzerinden yürüyor. İşte sen şu paylaşımı yaptın, ben bunu paylaştım, sen beni neden takip etmedin? Benim takipçim seninkinden fazla gibi konuşmalar duyuyorum. Bazı öğrenciler ciddi ciddi takipçi sayıları az diye hayıflanıyor, arkadaş çevreleri de buna çanak tutuyor maalesef. Takipçi sayısı az öğrenciler, takipçi sayısı fazla olan öğrencilerin grubuna giremiyor ve bu da onları stres sahibi daha kaygılı bireyler yapıyor.”

K11: “Öğrencilerin oynadıkları oyunlar hususunda şunu da eklemek isterim, bazı oyunların karakterleri geliştirilip satılabilir. Öyle az buz paralara da değil 750-800 liralara falan konuşuluyor, işin birde ticarileşme yönü var yani. İşte bu oyun karakterlerinin hacklenerek çalınması durumu da söz konusu, bu durum ise çocuklarda yeni yeni kaygı ve stres bozuklukları oluşturmaya başladı ‘ya benim oyun karakterimde hacklenip çalınırsa’ diye.”

“K3” kodlu katılımcının ifadeleri göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin birbirlerini kullandıkları sosyal medya hesaplarındaki takipçi veya beğeni sayısına göre yargıladıkları anlaşılmaktadır. Takipçi veya beğeni sayısı az olan öğrencilerin diğer öğrenciler tarafından kategorize edilerek dışlanması söz konusudur. Bu durumun, dışlanan öğrencilerde kaygıya ve strese sebep olduğu “K3” tarafından aktarılmaktadır.

“K11” kodlu katılımcı ise öğrencilerin oynadıkları bazı çevrimiçi oyunların ticari birer meta haline geldiğini, buna paralel olarak oyun hesaplarının kötü amaçlı kullanıcılar tarafından çalınip satıldığını söylemektedir. Bu oyunu oynayan öğrencilerde ise hesaplarının çalınabilme ihtimalinden kaynaklı endişeler oluşmaktadır.

“K1”, “K3” ve “K11” kodlu katılımcılar (%28) ise bazı medya araçlarının servis ettikleri içerikler aracılığıyla öğrencilerde korku duygusuna sebep olduğunu belirtmektedir:

K1: “...bir öğrencim oynadığı bir oyundan çok korktuğu için psikolojik destek almak zorunda kalmıştı.”

K3: “...Mesela filmler, çocuklar korku filmleri falanda izliyor. Ben şahit oldum; Öğrencimin birisi izlediği korku filminden o kadar etkilenmiş ki, 1 hafta boyunca okula annesiyle geldi gitti. Annesi ile görüştüm, evde de yalnız uyuyamamış uzun bir süre.”

“K1” ve “K3” kodlu katılımcıların beyanları incelendiğinde, öğrencilerin gerek oyunlardan gerekse de izledikleri film veya dizilerden korktukları anlaşılmaktadır. Bu durum öğrencileri gündelik hayatlarını aksatacak derecede etkilemekte hatta psikolojik destek alacak duruma düşürmektedir.

Tablo 11’de yer alan “K3”, “K7” ve “K10” kodlu katılımcılar, başta sosyal medya uygulamaları olmak üzere öğrenciler tarafından sıklıkla tercih edilen medya araçlarının, öğrenci üzerinde hayal kırıklıkları yarattığını söylemektedir. Aşağıda bu konu hakkında “K10” kodlu katılımcının görüşleri yer almaktadır:

K10: “Artık Instagram gibi bir gerçek var, çocuklar oradan asla ulaşamayacakları hayatları görüyor. Bu da bir hayal kırıklığı oluşturuyor, bazen ailelerine karşı suçlayıcı bir tutum geliştiriyorlar.

...sosyal medyada her şey çok basitmiş gibi sunuluyor, basitçe zengin olabileceklerini falan zannediyorlar, olmayınca tekrardan hayal kırıklığı, belki öfke ve içe kapanma durumu oluşuyor.”

“K10” kodlu katılımcı, sosyal medya araçlarının öğrencilere gösterişli hayatlar sunduğunu belirtmektedir. Devamlı surette bu gösterişli ve pahalı hayatlara şahit olan öğrenciler bunu kendi hayatları ile kıyaslama eğilimine girmektedir. Bu kıyaslama ise beraberinde çoğunlukla hayal kırıklığı, hatta öfke ve içe kapanmayı getirmektedir.

“K3” ve “K10” kodlu iki katılımcı (%18) medyanın öğrencileri, başkalarını çok rahat bir şekilde suçlayabilen bireyler haline getirdiğini aktarmaktadır:

K3: “Alt gelir düzeyine mensup ailelerin çocukları genelde kendi ailesine karşı negatif bir pozisyon alıyor. İşte bu fakirlik durumunu ebeveynlerine yükleyip kısa yoldan zengin olma hayaline kapılıyorlar. Ona göre düşük model telefona sahip olmasının yegâne sebebi ailesinin fakirliğidir.”

“K3” kodlu katılımcının ifadeleri incelendiğinde alt gelir düzeyine sahip ailelerin çocuklarında kendi ailelerine karşı olumsuz bir tutum olduğu anlaşılmaktadır. Bazen sahip olduğu telefonun diğer arkadaşlarının telefonlarına nazaran düşük modelli olması, onlarda ailelerine karşı bir suçlama eğilimi geliştirmektedir.

Tablo 6’da yer alan öğrencilerin medya araçlarını takip durumları ile akademik başarı boyutunda gelişen davranış eğilimleri arasındaki ilişki aşağıda yer alan Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12 incelendiğinde, medyanın akademik başarıya etkisi bağlamında katılımcıların yanıtlarının olumlu ve olumsuz etkiler olmak üzere kategorize edildiğini görmekteyiz.

Olumlu Etkiler kategorisi altında 9 katılımcı (%81) medyanın bilgiye kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilme açısından faydalı olduğunu düşünmektedir. 4 katılımcı (%36) öğrencilerin ülkede ve dünyada gerçekleşen gelişmeleri medya sayesinde takip edebildiklerini belirtirken aynı şekilde 4 katılımcı da (%36) öğrencilerin derse olan ilgilerinin artmasında medyanın etkili olduğunu savunmaktadır. 2 katılımcı (%18) ise öğrencilerin yaratıcılık özelliklerinin medya sayesinde gelişim kaydettiğini vurgulamaktadır.

Tablo 12.

Akademik Başarı Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

		Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Akademik Başarı	Olumlu Etkiler	Bilgiye Kolay Ulaşım	K1, K2, K3, K4, K7, K8, K9, K10, K11	9	81	11
		Günceli Takip Etme	K5, K9, K10, K11	4	36	11
		Derse İlgi Duyma	K8, K9, K10, K11	4	36	11
		Yaratıcılık	K9, K11	2	18	11
	Olumsuz Etkiler	Derste Uyuklama	K1, K8, K11	3	28	11
		Derse Odaklanamama	K1, K2, K8, K11	4	36	11
		Okula Gelmemesi	K1, K11	2	18	11
		Ödev Yapmama	K1, K10	2	18	11

Tablo 12'nin Devamı.

Akademik Başarı Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

	Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Olumsuz Etkiler	Okuma Alışkanlıklarında	K4	1	9	11
	Yanlış Bilgi Kazanımı	K6	1	9	11
	Mental Yorgunluk	K5, K2, K8	3	28	11
	Tembellik	K7, K10, K11	3	28	11

Aşağıda medya kullanımı ile bilgiye ulaşım arasındaki etkileşime dair “K1” ve “K2” kodlu katılımcının görüşleri yer almaktadır:

K1: “Bazı öğrencilerim gayet faydalı bir şekilde kullanabiliyor. Bir araştırma konusu verdiğimde dört dörtlük araştırma yapıp geliyorlar. Çünkü dünyanın bütün kütüphaneleri sadece bir tıkla mesafede. Hatta bazı öğrencilerim bazen benim bile bilmediğim, yeni öğrendiğim şeylerle geliyor benimle de paylaşıyor bu beni çok mutlu ediyor.”

K2: “Ders açısından oldukça olumlu yönleri var. Özellikle biz araştırma ödevleri verdiğimiz zaman farklı medya araçları vasıtasıyla çok kolay bir şekilde araştırabiliyorlar. Yeni bilgiler keşfediyorlar, kullanabildikleri takdirde o kadar fazla alternatifleri var ki.

... Bilgi gerçekten bedava bu devirde, çünkü her şey internette veya televizyonda mevcut, bu açıdan çok şanslı olduklarını düşünüyorum.”

“K1” kodlu katılımcının ifadelerine bakıldığında, öğrencilerin, verilen araştırma ödevlerini istenildiği gibi yaptıkları, bu süreçte de medyadan çok faydalı bir şekilde yararlandıkları aktarılmaktadır. “K1” e göre öğrencileri medya araçları aracılığıyla her türlü bilgiye rahat bir şekilde ulaşabilmektedir, hatta bazen kendisinin bile bilmediği şeyleri öğrencileri medya araçları sayesinde öğrenip onunla paylaşabilmektedir.

“K2” kodlu araştırmacı da benzer şekilde öğrencilerin verilen ödevleri medya araçları sayesinde rahat bir şekilde yapabildiklerini söylemektedir. Ona göre bilgiye ulaşmak ucuz ve zahmetsiz olduğu kadar, zengin alternatiflerde mevcuttur. “K2” bu açıdan öğrencilerini şanslı addetmektedir.

Tablo 12'ye bakıldığında 4 katılımcının (%36) öğrencilerin ülkelerinde ve dünyada gerçekleşen gelişmeleri ve gündemi takip ederken medyadan faydalandıkları

yönünde görüş belirttiği görülmektedir. “K10” ve “K1-11 kodlu katılımcıların bu konu hakkındaki ifadeleri ise şu şekildedir:

K10: “Dünyada ne olup ne bittiğine dair bilgi sahibiler, günceli takip edebiliyorlar yani, Türkiye’de ne olduğunu bırakın ABD’de bile ne olup ne olmadığını biliyorlar. Rahatça her şeyden haberdar olabiliyorlar. Tek yapmaları gereken internette tarayıcıyı açmak ve yazmak. Bu kadar basit artık bu işler.”

K11: “İşte bazen ülkeye ve dünyaya dair bir gelişme olduğunda ‘he evet bende onu Facebook’ta görmüştüm’ diyorlar. Bu bakımdan önemli. Hatta bugünlerde Süveyş Kanalı’nı tıkayan bir gemi var bildiğin gibi. Bugün ders işlerken ben buna değindim, ‘bakın işte bir tanker Süveyş Kanalı’nı kapattı, ticari şirketler milyar dolarlık zararlara falan uğradı, bu da Süveyş Kanalı’nın ne kadar önemli olduğunu gösterir’ dedim takip eden öğrencilerim hemen iştirak ettiler ‘hocam bende gördüm o haberi çok şaşırdım’ falan dediler. Baktığın zaman aslında bu olumlu, iyi bir şey.”

“K10” kodlu katılımcının ifadeleri göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin medya sayesinde gündem hakkında bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Gündeme dair bu farkındalığın öğrencinin sadece yakın çevresinden ibaret olmayıp, dünyanın diğer yerlerini de kapsadığı görülmektedir.

“K11” kodlu katılımcı ise öğrencilerinin bazı sosyal medya araçları sayesinde gündemi takip ettiklerini, bazen ders esnasında güncel gelişmeler hakkında sohbet ettiklerini belirtmektedir.

Tablo 12’de yer alan 4 katılımcı (%36) ise medya araçları sayesinde öğrencilerin derse olan ilgilerinin arttığını savunmaktadır:

K8: “TV’de tarihi içerikli birçok dizi çekiliyor son zamanlarda. Bu dizilerde ki karaktere özenerek tarihe iyice merak duyan öğrencilerim var. Bu, branş itibarıyla bizim işimizi kolaylaştırıyor açıkçası.”

“K8”in aktardıklarına bakıldığında, tarihi içerikli televizyon dizileri öğrencilerin tarihe olan ilgilerini arttırmaktadır. Bu da öğrencilerin sosyal bilgiler dersine olan ilginin ve akademik başarının artmasına neden olmaktadır.

“K9” ve “K11” kodlu katılımcıların medyanın öğrencilerin yaratıcılık düzeylerine artırıcı yönde etki ettiği yönünde görüş belirttikleri Tablo 11’de yer almaktadır. Buna örnek olarak “K9”un ifadeleri şu şekildedir:

K9: “Bazı oyunlar öğrencilerin yaratıcılıkları üzerinde olumlu bir etkiye sahip. Bu oyunlar sayesinde olaylara farklı bakış açıları getirebiliyorlar. ...İstanbul’un Fethi konusunu anlatırken çocuklar anlatılan olaylara birden fazla pencereden bakıp yorum getirebiliyorlar. Ya da karşılaştıkları sorunlara çözüm bulmakta diğer arkadaşlarına göre daha hızlı davranabiliyorlar. İşte bunda oynadıkları bazı strateji oyunlarının etkisi olduğunu düşünüyorum.”

“K9” kodlu katılımcıya göre öğrenciler bazı bilgisayar oyunları sayesinde öğrencilerin yaratıcılık ve olaylara perspektif getirebilme gibi kabiliyetlerinin arttığını düşünmektedir. Özellikle strateji oyunu oynayan öğrencilerin olayları okurken, farklı açılardan inceleyebildikleri “K9” tarafından gözlemlenmiştir.

Tablo 12’de yer alan Olumsuz Etkiler kategorisi kapsamında, 4 katılımcı (%36) öğrencilerin derse odaklanma hususunda problem yaşadığını aktarmaktadır. 3 katılımcı (%28) öğrencilerin derste uyukladığını aktarırken, 3 katılımcı (%28) öğrencilerin mental olarak yorgunluk yaşadığını gözlemlemektedir. Buna ek olarak 3 katılımcı (%28) da medyanın öğrencileri tembelleştirdiğini vurgulamaktadır. 2 katılımcı (%18) medya araçlarını uzun saatler boyunca kullanan öğrencilerin okula bazen gelemediklerini aktarmaktadır. 2 katılımcı (%18) öğrencilerin bazen ödevlerini yapmadıkları yönünde görüş belirtmektedir. Son olarak 1 katılımcı (%9) tarafından medya araçları ile çok vakit geçiren öğrencilerin okuma alışkanlıklarında düşüş görüldüğü, 1 katılımcı (%9) tarafından da, öğrencilerin medya yüzünden yanlış bilgi kazandığı ifade edilmektedir.

Tablo 12’de 4 katılımcının (%36), medya araçları ile çok fazla vakit geçiren öğrencilerin ders esnasında odaklanma sorunu yaşadığı yönünde görüş belirttiği aktarılmaktadır. Bu soruna dair “K1” ve “K2” kodlu katılımcıların ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

K1: “Çocuk bedenlen derste ama akli oynadığı oyunda, paylaştığı içerikte veya yklediğı videoda. Kaç beğeni aldım, yorum yapan var mı gibi bin türlü soru meşgul ediyor kafasını. Bu da derse odaklanmasına engel oluyor. Genel olarak medya araçlarına bu denli yüksek bağımlılık, çocukların ders başarısını çok fazla olumsuz etkiliyor.”

K2: “Bağımlılık düzeyi yüksek öğrencilerim odaklanmada ve algılamada güçlük çekiyorlar, dikkat eksikliğini arttırdığını düşünüyorum. Bazen soru soruyorum, ilk seferde anlamıyorlar, tekrar tekrar sormak zorunda kalıyorum. Ya da kafalarını derse yoğunlaştıramıyorlar. 5 dakika önce anlattığım bir konuyu unutuyorlar çok hızlı bir

şekilde. Bunda mutlaka kullandıkları medya araçlarının payı var; pratik ve analitik zekâlarını düşürüyor bu araçlar. Çocuk sürekli saatlerce vakit geçire geçire uyuyor bir zaman sonra.”

“K1” kodlu katılımcı medyaya bağımlılığı yüksek öğrencilerin derse odaklanamadıklarını, kafalarının sürekli oynadıkları oyunlarda veya paylaştıkları içeriklerde olduğunu vurgulamaktadır. “K2” kodlu katılımcı da aynı şekilde odaklanma noktasında sorun yaşayan öğrencilerin ek olarak unutkan olduklarını, analitik düşünemediklerini söylüyor. “K2”ye göre bunun altında yatan sebep öğrencilerin uzun süreler boyunca medya araçlarına maruz kalmasıdır. Bu araçlar bir nevi öğrencileri uyuşturmaktadır.

Tablo 12’ye bakıldığında 3 katılımcı (%28) tarafından öğrencilerde medya kullanımına bağlı olarak derslerde uyuklama davranışının sergilendiği gözlemlenmektedir. Aşağıda ders esnasında uyuklama davranışını gözlemleyen “K8” ve “K11” kodlu katılımcıların görüşleri yer almaktadır:

K8: “Sabahlara kadar oyun oynayan öğrencilerim var mesela; bazıları okula zamanında yetişemiyor, gelenler derste uyuyor. Haliyle konuları kaçırıyorlar, sınav sonuçları çok düşük çıkıyor.”

K11: “Bu konu da bir öğrencimi örnek verebilirim. Çocuk sabah okula geliyor, ders esnasında sürekli gözleri kapanıyor, uyukluyor falan. Dikkatimi çekti ailesine bir sordum, meğerse gece ikilere, üçlere kadar bilgisayar başında oyun oynuyormuş birkaç saatlik uykuyla da okula geliyor. Ne derse dikkat veriyor ne de konsantre olabiliyor. Şimdi bu çocuğun akademik başarısının yüksek olması beklenemez doğal olarak.”

“K8” kodlu katılımcının ifadeleri incelendiğinde, öğrencilerin derste uyuklamasının sebebi sabahlara kadar oyun oynaması olarak gösterilmektedir. Bu öğrencilerin ders konularını kaçırdığını ifade eden “K8”, sınav sonuçlarının da olumsuz şekilde etkilendiğini aktarmaktadır.

“K11” kodlu katılımcı ise bir öğrencisinin derste sürekli uyukladığını örnek vermektedir. Bu uyuklamanın nedenini öğrenebilmek için öğrencinin ailesiyle iletişime geçtiğini belirten “K11” aileden, çocuklarının gece geç saatlere kadar oyun oynadığı cevabını almıştır.

Tablo 12’de 3 katılımcı (%28) ile yer alan, medyaya ilişkin bir başka olumsuz yansıma ise mental yorgunluk durumudur. “K5” kodlu katılımcının bu konu hakkındaki ifadeleri ise aşağıda yer almaktadır:

K5: “Bilgisayar, telefon, sosyal medya bağımlılığı yüksek öğrencilerin okula bitkin geldiklerine, gün içinde zihinsel olarak yorgun olduklarına biz şahit oluyoruz zaten. Sürekli oyun, sosyal medya, telefon, televizyon vs. bir sürü şey ile meşguller, beyinlerini bunlarla yoruyorlar. Yeni bilgiler için yer yok beyinlerinde, enerji de yok doğal olarak. Bundan sebep akademik anlamda çok başarılı olamadıklarını da aynı şekilde gözlemliyoruz.”

“K5” kodlu katılımcı, zihinsel olarak yorgun olma durumu anlamına da gelen mental yorgunluğun medya araçlarını çok fazla kullanan öğrenciler de çok sık görüldüğünü vurgulamaktadır. Öğrencilerin zihinlerinin devamlı süratte dolu olduğunu, yeni bilgi kazanımında zafiyet yaşadıklarını aktaran “K5”, bu nedenden ötürü akademik başarısızlığın kaçınılmaz olduğunu vurgulamaktadır.

Tablo 12’de 3 katılımcı (%28) ise medya araçlarının öğrencileri tembelleştirdiğini savunmaktadır. “K7” kodlu katılımcının bu konu hakkındaki açıklayıcı ifadeleri ise şu şekildedir:

K7: “Medyanın, bilgiye kolayca ulaşabilme imkânı sağladığı açıktır. Fakat bu imkân beraberinde tembelliği ve kolaycılığı da getirmektedir. Önceden verilen bir ödev için öğrencilerin kütüphaneye gitmeleri, kitap okumaları falan gerekiyordu ama şimdi istedikleri zaman akıllı telefonlarından internete girerek hazır ödev bulabiliyorlar, bu çok olumsuz bir durum.”

“K7” kodlu katılımcıya göre medyanın bilgiyi kolay ve ulaşılabilir hale getirmesi, öğrencileri tembelleştirmektedir. Zira önceden bilgiye ulaşabilmek için öğrencilerin emek vermesi gerektiğini aktaran “K7” gelişen medya araçları ile emek verme çabasının ortadan kalktığını ifade etmektedir.

“K1” ve “K11” kodlu katılımcılar (%18) ise bazı medya araçları yüzünden öğrencilerin okula gelmediklerini ifade etmektedir:

K1: “Okula geç gelmelerini bir kenara bırakıyorum, bazı öğrencilerim okula hiç gelmiyor ya da okuldan kaçıyor. İnternet kafelerde, Playstation salonlarında vakit geçirmek, okuldan daha cazip geliyor.”

“K1” kodlu katılımcı öğrencilerin internet kafeye veya playstation salonlara gidebilmek uğruna okula gelmediklerini veya kaçtıklarını ifade etmektedir.

Tablo 12’de yer alan 2 katılımcı (%18) ise medya bağımlılığı yüksek öğrencilerin verilen ödevleri savsakladığını veya yapmadığını belirtmektedir. Bu konuda “K10” kodlu katılımcının görüşleri aşağıda yer almaktadır:

K10: “...çoğu öğrencim başta bilgisayar oyunlarına ve sosyal medya uygulamalarına gereğinden fazla zaman ayırdığı için ödevlerini yapmıyor.”

“K10” kodlu katılımcı medya ile çok fazla vakit harcayan öğrencilerin ödevlerini yapamadıklarını belirtmektedir.

Tablo 12’de de görüldüğü üzere “K4” kodlu katılımcı (%9) medya araçlarına olan bağımlılığın öğrencilerde okuma alışkanlığını yok ettiği yönünde görüş belirtmektedir:

K4: “Bu manada medya araçları özellikle internet ve bilgisayar oyunları öğrencilerin genel kültür düzeylerini çok olumsuz etkiliyor. Çünkü çocuklar eskisi gibi kitap okumuyor artık, kitap okuma oranlarında ciddi bir düşüş var.”

“K4” e göre medyaya bağımlı olan öğrencilerin genel kültür düzeyleri ve kitap okuma oranları düşmektedir. Öğrenciler kitap okumaya vakit ayırmak yerine bilgisayar oyunlarına veya sosyal medya uygulamalarına daha fazla vakit ayırmaktadır.

“K6” kodlu katılımcı (%9) ise öğrencilerin medya üzerinden yanlış bilgiler kazandığı yönünde görüş belirtmektedir:

K6: “Öğrencilerimiz sosyal medyada dolaşan her şeyi doğruymuş gibi algılıyor, artık neyin doğru neyin yanlış olduğunu öğrencilerimize yerleştiremiyoruz, medya okuldan daha etkili maalesef. Bu anlamda verdiğimiz eğitimin çok yeterli olduğunu düşünmüyorum.”

“K6” kodlu katılımcıya göre medya araçları öğrencileri okuldan daha fazla etkilemektedir. Öğrenciler birçok yanlış şeyi medyadan doğruymuş gibi almaktadır. Bu da öğretmenlerin işini oldukça zorlaştırmaktadır.

Tablo 6’da yer alan öğrencilerin medya araçlarını kullanım durumları ile düşünce dünyalarında gelişen davranış eğilimleri arasındaki ilişki Tablo 13’de görülmektedir.

Tablo 13.

Düşünce Dünyası Boyutunda Gelişen Davranış Eğilimlerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri

		Davranış Eğilimi	Katılımcı	f	%	N
Düşünce Dünyası	Olumlu Etkiler	Evrensel Bir Bakış Açısı	K2, K9	2	18	11
		Fikir ve Düşünce Hürriyetine Saygı	K5, K7, K9	3	28	11
		Politik Okuryazarlık	K9	1	9	11
		Vatanseverlik Milliyetçilik	K10	1	9	11
	Olumsuz Etkiler	Gelenek Göreneklerin Önemsizleşmesi	K4, K5, K6, K8, K9	5	45	11
		Kuşak Çatışması	K4, K5, K9	3	28	11

Tablo 13 incelendiğinde, medyanın öğrencilerin düşünce dünyalarına etkisi bağlamında katılımcıların yanıtlarının olumlu ve olumsuz etkiler olmak üzere kategorize edildiğini görmekteyiz.

Olumlu Etkiler kategorisi incelendiğinde, 3 katılımcının (%28) medya kullanımı sayesinde öğrencilerin fikir ve düşünce hürriyetine saygı duyma eğilimlerinin arttığı yönünde görüş bildirdiği görülmektedir. 2 katılımcı (%18) öğrencilerin medya sayesinde hayata evrensel bir bakış açısı getirebildiğini aktarmaktadır. 1 katılımcı (%9), medya sayesinde öğrencilerin politik okuryazarlık kazandığını belirtirken, 1 katılımcı da (%9) medya kullanımına bağlı olarak öğrencilerin milliyetçilik ve vatanseverlik duygularında artış olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 13'den hareketle aşağıda öğrencilerin fikir ve düşünce hürriyetlerine saygı duyma eğilimine ilişkin medyanın etkisini belirten "K9" kodlu katılımcının ifadeleri yer almaktadır:

K9: "...Misal bizim nesil için büyüklerin karşısında bacak bacak üstüne atmak büyük bir saygısızlıktır. Atılmaz yani. Fakat şu an ki çocuklar için bu gereksiz bir anlayış. Onlar şekilden ziyade anlama daha çok önem veriyor. Karşısındaki kişiye saygının fikirlerine saygı duyarak gerçekleşebileceğine inanıyorlar. Çünkü medya araçlarında bu düşünce biçimi sürekli vurgulanıyor, daha liberal, daha özgürlükçü küresel değerler gündeme getiriliyor."

"K9" kodlu katılımcının ifadeleri göz önüne alındığında, medya öğrencilerin daha özgür bir düşünce dünyasına sahip olmalarını sağlamaktadır. Özellikle medya ortam

ve araçlarının sınırlardan bağımsız, küresel bir yapıya sahip olması öğrencilerin liberal düşünce biçimleriyle tanışmasını sağladığı gibi, bazı yerel toplumsal davranış kalıplarını da yıkmaktadır. Bu davranış kalıplarının yerine ise saygı temelinde yükselen özgür düşünce ortam ve anlayışını ikame etmektedir.

Tablo 13 incelendiğinde, 2 katılımcı (%18) medya sayesinde öğrencilerin hayata dair evrensel bir bakış açısı getirdiğini aktarmaktadır:

K2: “Öğrencilerin gündeminde artık Burdur yok, hatta Türkiye bile yok, yerel değiller yani. Yaşadıkları hayata veya sorunlara yerel çözümler getirmiyorlar, medya onlar için çözüm üretiyor, farklı yollar ve bakış açıları sunuyor. Daha global, daha evrensel bir bakış açısı geliştirmiş durumdalar artık.”

K9: “Şimdiki çocuklar medyanın küresel olması marifetinden dolayı tüm dünyadan haberdarlar ve daha küresel bir bakış açısına sahipler. Onlar için dünya dar kalıplardan ibaret değil, dünyanın geri kalanına da duyarlılar. Evrensel bir bakış açısına sahipler, daha liberal düşünüyorlar.”

“K2” kodlu katılımcıya göre, öğrenciler yerel olmaktan çıkmış durumdalar, bu anlamda düşünce dünyaları yaşadıkları yer ile tezatlık arz etmektedir. Öğrenciler medya marifetiyle evrensel düşünce dünyalarına sahip olmuşlardır. Yaşadıkları hayata veya problemlere evrensel bakış açıları ve yorumlar getirmektedirler.

“K9” kodlu katılımcı da benzer şekilde öğrencilerin günümüzde küreselleşen medya araçları sayesinde yerel çevreden ziyade dünyaya karşı liberal bir bakış açısı geliştirmiş durumda olduklarını ifade etmektedir.

Tablo 13 göz önüne alındığında “K9” kodlu katılımcının medya ortam ve araçlarının politik okuryazarlık konusunda öğrencilerde bir bilinç oluşturduğu yönünde görüş belirttiği anlaşılmaktadır:

K9: “...özellikle 7 ve 8. Sınıflarda medya kullanımına bağlı olarak bir politik okuryazarlıkta gelişti. Ülkede neler olup bittiğine dair fikir yürütebiliyorlar ve bu olanları da dünyanın geri kalan toplumlarında olup bitenlerle kıyaslayabiliyorlar.”

“K9”a göre medya ortam ve araçları öğrencilerde ülkede ve dünyada yaşanan gelişmeleri takip edebilme ve yorumlama imkânı vermektedir. Bu imkân dâhilinde özellikle 7 ve 8. sınıf kademesinde öğrenim gören öğrencilerin politik okuryazarlık becerisi edinmektedirler.

Tablo 13’de “K10” kodlu katılımcı tarafından bazı aktif medya kullanıcısı öğrencilerde milliyetçilik ve vatanseverlik gibi hasletlerin arttığı ifade edilmektedir:

K10: “...bir TV kanalında Savaşçı diye bir dizi vardı, özellikle erkek öğrencilerim çok izlerdi o diziyi galiba asker, polis dizisiydi. O diziyi izleyen öğrencilerimde ciddi şekilde milliyetçilik ve vatanseverlik eğilimleri gözlemlemiştim. Bu bence olumlu bir şey, çocuğun vatan-millet sevgisini artırıyor sonuçta.”

“K10” kodlu katılımcının ifadelerine bakıldığında öğrencilerin televizyonda yayınlanan bazı diziler sayesinde milliyetçilik ve vatanseverlik duygularında artış görülmektedir. Katılımcı bu durumu olumlu bir gelişme olarak algılasa da bunun televizyonda yayınlanan içerikle alakalı bir durum olduğu açıktır. Çünkü Tablo 7’de yer alan veriler incelendiğinde medyadan öğrenciye servis edilen içeriklerin her zaman olumlu etkiler bırakmadığı açık bir şekilde görülmektedir.

Tablo 13’de yer alan Olumsuz Etkiler kategorisi kapsamında 5 katılımcı (%45) medya araçları vasıtasıyla gelenek ve göreneklerin önemini yitirmeye başladığını belirtmektedir. 3 katılımcı (%28) ise medyanın kuşaklar arasındaki farkı arttırdığını ve çatışmaya yol açtığını savunmaktadır.

Tablo 13’de 5 katılımcının (%45), medyanın gelenek ve görenekleri önemsizleştirdiği yönünde görüş belirttiği aktarılmaktadır. Bu soruna ilişkin “K4” ve “K6” kodlu katılımcıların ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

K4: “Medya bizim kültürel yapımıza uygun yapımlar üretmiyor maalesef. Bize yabancı içerikleri evimize sokuyor sürekli. Ya da oyunlar aynı şekilde, çocuklar o oyunlarla vakit geçirmeyi aileleriyle vakit geçirmeye yeğliyor. Hâlbuki aile, komşuluk gibi kavramlar bizim kültürümüzün önemli yapıtaşları ama üzülererek söylemek isterim ki yeni nesiller bu kavramları unutarak büyüyor.”

K6: “Yapılan bazı programlar bizim kültürümüz üzerinde yıpratıcı bir etkiye sahip bize ait olan bizi biz yapan bazı hasletlerin kasti bir şekilde medya aracılığıyla bozulmaya çalışıldığını düşünüyorum.

...bazı dizilerde herkes denize sıfır villalarda oturuyor, başroldeki adam sürekli eş değiştiriyor ve bunu normalmiş gibi lanse ediyorlar bizim toplumumuzda aile kavramı çok kutsaldır ama maalesef içi boşaltılıyor, ya da bizim yapımıza ters şeyleri normalleştirmeye çalışıyorlar. Çocuklarda bu tip şeyleri doğruymuş gibi algılıyorlar. Genellikle TV dizilerinde toplumsal normlara aykırı konular işleniyor.”

“K4” kodlu katılımcının ifadelerine bakıldığında bazı medya içerikleri ile bilgisayar oyunları bizim kültürel yapımız ile çelişen içerikler üretmektedir. Öğrenciler artık aileleri ile vakit geçirmek yerine oyunlarla veya farklı medya içerikleri ile meşgul olmaktadır.

“K6”ya göre medya kasti bir şekilde bize has toplumsal değerleri aşındırmaktadır. Diğer yandan bazı dizi ve programlar toplumsal normlarımıza aykırı içerikler üretmekte ve bunu normalleştirmektedir. Öğrenciler ise kendilerine sunulan bu içerikleri sorgulamadan kabul etmektedir. Bu durum ise uzun vadede gelenek ve göreneklerimizi önemsiz kılmaktadır.

Tablo 13 incelendiğinde, 3 katılımcının (%28) medya kullanımına bağlı olarak kuşaklar arasındaki farkın arttığı yönünde görüş belirttiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda “K5” ve “K9” kodlu katılımcıların görüşlerine aşağıda yer verilmektedir:

K5: “Toplunun oluşturduğu kültürel ve ahlaki normları görmezden gelip medya ortamlarında gördükleri atıyorum batıya has kültürel ve ahlaki normları benimsiyorlar. Bizim toplumumuzda hoş karşılanmayacak olan birçok davranışı yapmakta bir sakınca görmüyorlar, bu açıdan daha farklı, daha sınırsız ‘özgürlükçü’ bir düşünce yapısına sahipler. Öte yandan önceden beri hep söylenegelen o kuşak farkı kavramı artık 10 yılı kadar indi. Aradaki o 10 yıllık yaş farkı bile çok büyük değişkenlikler gösteriyor. Bu çocuklar ile onlardan 10 yaş büyükler arasında bile çok fark var birbirlerini anlamıyorlar. Bu durumda öğrenci ile özellikle yaşça daha büyük olan öğretmen nasıl aynı dili konuşup ders işleyebilir.”

K9: “...Misal bizim nesil için büyüklerin karşısında bacak bacak üstüne atmak büyük bir saygısızlıktır. Atılmaz yani. Fakat şuan ki çocuklar için bu gereksiz bir anlayış. Onlar şekilden ziyade anlama daha çok önem veriyor.”

“K5” kodlu katılımcıya göre öğrenciler medyadan gördükleri toplum yapısına aykırı farklı davranış kalıplarını sergilemektedir. Bu da kuşaklar arasında çatışmaya neden olmaktadır. “K5” kuşaklar arası çatışma yaşının 10 yıllık farka kadar indiğini belirtirken, yaşça daha büyük olan öğretmenler ile öğrencilerin nasıl ortak zeminde buluşabileceğine dair bir soru işareti koymaktadır.

“K9” kodlu katılımcı ise eski kuşaklar ile öğrencileri arasındaki kültürel farklılaşmanın ve davranış örüntülerindeki uyumsuzluğun hali hazırda var olan kuşak çatışmasını arttırdığına değinmektedir.

Araştırmanın dördüncü teması olan Medyanın Etkileri kapsamında medya ortam ve araçlarının öğrenciler üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerine dair bulgular incelenmiştir. Bu bağlamda olumsuz etki boyutlarının olumlu etkilere nazaran daha fazla olduğu veriler ışığında açıkça görülmektedir. Bu verilerden yola çıkarak medyanın öğrenciler üzerindeki olumsuz etkilerine ilişkin çözüm önerilerinin neler olabileceğine dair katılımcı sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri Tablo 14'te verilmektedir:

Tablo 14.

Medyanın Olumsuz Etkilerine İlişkin Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Çözüm Önerileri

Öneriler	Katılımcılar	f	%	N
RTÜK Tarafından Denetim	K1	1	9	11
Somut Aktivitelere Teşvik	K1, K4, K10	3	28	11
Medya Okuryazarlığı Zorunlu Olmalı	K2, K3, K5, K7, K8, K10, K11	7	63	11
Aile Eğitimi	K3, K5, K9, K10	4	36	11
Çocukların Seviyesine Uygun Yapımlar Artırılmalı	K4	1	9	11
Kota Koyma	K6, K4	2	18	11
Olumsuz İçeriklerin Kaldırılması	K6	1	9	11

Tablo 14 incelendiğinde 7 katılımcı (%63) medyanın olumsuz etkilerine karşı eğitim-öğretim sisteminin çözüm getirebileceğini ve bunun en iyi yolunun da ortaokul kademesinde Medya Okuryazarlığı Dersinin zorunlu bir şekilde okutulması olduğu yönünde öneri getirdiği görülmektedir. 4 katılımcı (%36) aile eğitimi sayesinde bu olumsuzlukların üstesinden gelinebileceğini aktarmaktadır. 3 katılımcı (%28) öğrencilerin daha somut etkinliklere yönlendirilerek medya ile arasında mesafe konulabileceği yönünde fikir belirtirken, 2 katılımcı (%18) öğrencilerin kullandıkları medya ortam ve araçlarına kota koyarak veya çocuk kilidi kullanarak ortaya çıkan sorunların ortadan kaldırılabileceğini söylemektedir. 2 katılımcı (%18) öğrencinin okul ve aile iş birliği ile gözetim altına alınarak medyanın olumsuz etkilerinden izole edilebileceğini savunmaktadır. 1 katılımcı (%9) RTÜK tarafından yapılan denetimlerin önemli olduğunu ve bu denetimlerin sıklaştırılarak medyanın olumsuzluklarının bertaraf edilebileceğini aktarırken, 1 katılımcı da (%9) öğrencilere

yönelik içeriklerin arttırılması ve çeşitlendirilmesi yoluyla medyanın yarattığı olumsuzlukların en aza indirebileceğinin düşünülmektedir.

Tablo 14’te 7 katılımcı tarafından ifade bulan medyanın olumsuz etkilerine karşı Medya Okuryazarlığı Dersinin zorunlu okutulması önerisine ilişkin “K5” ve “K8” kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

K5: “Şu an okullarda iki tane dersin zorunlu hale getirilmesi çok elzem. Birisi; Değerler Eğitimi diğeri de Medya Okuryazarlığı. Konumuzla da alakalı; bu Medya Okuryazarlığı dersi şu an seçmeli ders statüsünde, bu dersin zorunlu bir ders olması şart. Bu saydığım iki ders şu an başta MEB ve velilerin çok önemli olarak gördüğü diğer bütün branşlardan daha önemli. Medya Okuryazarlığı dersinin daha etkin ve kaliteli bir hale getirilerek zorunlu hale gelmesi büyük oranda medyanın zararlı etkilerinin önüne geçecektir diye tahmin ediyorum.”

K8: “Her şeyde olduğu gibi bunda da en önemli çözüm yolu eğitim. Bu noktada medya eğitimine kesinlikle ayrı bir önem atfedilmeli. Sosyal bilgiler dersinde medyayla alakalı çok fazla konu var hatta Medya Okuryazarlığı diye ayrı bir seçmeli ders bile var ama çoğu öğretmen buna bizde dâhil bu ders saatinde ya test çözdürüyoruz ya da diğer konuları yetiştirmeye çalışıyoruz. Ama zaten seçmeli olması bile bana göre yanlış, bu konuya bir düzenleme getirilmeli. Şayet bu ders zorunlu olarak okutulduğu takdirde saydığımız birçok problemi ortadan kaldırabilir”

“K5” kodlu katılımcıya göre Medya Okuryazarlığı dersi kaliteli bir içerik düzenlemesi ile zorunlu hale getirildiğinde, medyanın olumsuz etkilerine karşı öğrencilerde bir tutum ve bilinç oluşturulabilir.

“K8” kodlu katılımcı ise Medya Okuryazarlığı dersinin seçmeli bir ders olmasından dolayı çoğu öğretmenin bu ders saatinde öğrencilere test çözdürerek amacı dışında değerlendirdiğini vurgulamaktadır. “K8”, bu dersin zorunlu hale getirildiği ve amacına uygun olarak işlendiği takdirde medya kaynaklı birçok soruna çözüm olabileceğini söylemektedir.

Tablo 14’te yer alan 4 katılımcı ise aile eğitiminin medyanın olumsuzlukları ile başa çıkmanın daha önemli olduğunu savunmaktadır:

K3: “...medya çağımızın bir gerçeği ve inanın çoğu şeyden daha büyük etkiye sahip öğrenci üzerinde, zaten bu çocuklar özellikle 2000 sonrası nesil bu medya ortam ve araçlarının içinde doğdu. Durum böyle iken Medya eğitimi çok büyük öne kazanıyor. Bence en başta ailelerin bu konuda eğitim alması gerekiyor. Halk Eğitim Merkezleri vasıtasıyla böyle bir proje yürütülebilir mesela, periyodik olarak ailelerin medya

okuryazarlığı dersi alabildiği bir proje olabilir. Yüz yüze olması şart değil, günümüzde ailelerin büyük çoğunluğu aktif medya kullanıcısı çevrimiçi eğitimler seminerler vs. verilebilir. Çünkü biz okulda ne yaparsak yapalım, hangi önlemi alırsak alalım çocuk eve gittiğinde de aynı bilince sahip ebeveynler ile beraber yaşamalı ki tutarlılık olsun.”

K9: “Veli bilinçlendirilmesinin çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bunun için gerekirse Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile MEB arasında ortak projeler falan yapılabilir. Ailelerinde medyaya karşı bilinçli ve en azından temel düzeyde bir eğitime sahip olması gerekiyor. Okulda biz eğitim versek bile ev başka bir dünya, ortak bir zemin gerekiyor. Ortak bir tutarlılık sağlanması gerekiyor.”

“K3” kodlu katılımcının ifadeleri göz önüne alındığında, ailelerin eğitim alması da en az öğrencilerin eğitim alması kadar önemlidir. “K3” e göre Halk Eğitim Merkezleri veya online eğitimler sayesinde ailelerde de medyaya karşı bir bilinç oluşturulabilir. Ailelerinde medya kullanımına teşne olduğunu söyleyen “K3” bu sayede öğrencilere verilen derslerin evde de tutarlılık kazanacağını düşünmektedir.

“K9” kodlu katılımcı da benzer şekilde ailelerin bilinçlendirilmesinin en az öğrencilerin bilinçlenmesi kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. “K9” bu konuda Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığının ailelere yönelik ortak projeler yapabileceğini söylemektedir.

Her iki katılımcının da temelde öğrenciye okulda verilen eğitim ile evdeki ortamın tutarlı olması noktasında birleştiği görülmektedir. Tutarlılık oluşmadığı takdirde okulda verilen eğitimin yüzeysel kalacağı yönünde iki katılımcıda mutabıktır.

Tablo 14 incelendiğinde 3 katılımcı, öğrencilerin somut aktivitelere yöneltilmesi ile medyanın yarattığı olumsuzluklara bir çözüm getirebileceği yönünde görüş belirtmektedir:

K1: “...çocukların enerjilerini atacak başka şeylerde lazım. Ne bileyim çocukların muhakkak bir spor dalına falan yönlendirilmesi lazım. Burada da ailelere iş düşüyor. Aileler çocuklarını medyanın kucağına itiyor. Hâlbuki o çocuğa farklı aktivitelerde sunulsa daha iyi olur. Çocuk bu kadar medya ile karşı karşıya kalmamalı.”

K10: “Aileler çocukları farklı aktivitelere yönlendirmeliler, ne bileyim spor, müzik, resim gibi daha somut ve eğlenceli aktivitelere yönlendirmeliler. Bu devlet politikası da olabilir, devlet organize bir şekilde böyle aktiviteleri daha ulaşılabilir yapabilir.”

“K1” kodlu katılımcı öğrencilerin enerjilerini atacak alternatifleri olmadığı için medya ortam ve araçlarına bağımlı hale geldiğini belirtmektedir. “K1”e göre

öğrenciler spor gibi daha somut aktivitelere yönlendirildiği takdirde medya araçları ile arasına daha fazla mesafe girecektir. Böylece medyaya olana bağımlılığı azalma trendine girecektir.

“K10” kodlu katılımcı da öğrencilerin spor, müzik, resim gibi somut aktivitelere yönlendirildiği takdirde medyaya olan bağımlılığının azalacağını düşünmektedir. “K10”a göre devlet, bu tür aktiviteleri öğrenciler tarafından ulaşılabilir hale getirmelidir.

Tablo 14’te yer alan 2 katılımcı ise medya ortam ve araçlarına kota koymak suretiyle öğrencilerin medyanın olumsuz etkilerinden korunabileceğini belirtmektedir:

K4: “Ben bu konuda velilere büyük iş düştüğü kanaatindeyim. Kendi adıma velilere medya söz konusu olduğunda çocuklarının kullanımlarına süre koymalarını tavsiye ediyorum, çocuk kilidi ve kota koyma uygulamalarını da öneriyorum.”

“K4” kodlu katılımcı velilere, öğrencilerin tercih ettikleri medya araçlarını takip altına almalarını, kullanım sürelerinin denetlemelerini, gerektiğinde de kota koymalarını önermektedir. Böylece öğrencilerin medya ile aralarına mesafe koyacağını düşünen “K4” medyanın olumsuzluk yaratacak etkilerinin önüne geçileceğini düşünmektedir.

“K1” kodlu katılımcı medya araçlarının RTÜK tarafından daha iyi şekilde denetime tabii tutulduğu takdirde olumsuz etkilerinin azalacağı yönünde görüş bildirmektedir:

K1: “Bence bu işe devletin öncelikle eğilmesi gerekiyor. Çünkü medya toplumsal anlamda birden fazla boyuta sahip, sadece okulla sınırlı değil. Mesela aklıma ilk gelen RTÜK. RTÜK’ün daha aktif olması gerekiyor. Denetleme konusunda sağlam bir mekanizma olması lazım. Denetleme mekanizması sağlam bir şekilde işlediği takdirde pek çok büyük medya kuruluşu ürettikleri içeriklere çeki düzen verecektir.”

“K4” kodlu katılımcı ise medya ile öğrenciler arasında güçlü bir ilişki olduğunu, bu ilişkiyi koparmak yerine medya araçlarında çocukların pedagojik yapılarına uygun içeriklerin sayısının artırılmasının daha uygun bir çözüm olduğunu savunmaktadır:

K4: “Bu noktada aslında çocuklara yönelik dizi ve filmlerde yapılabilir. Önceden Bizimkiler dizisi falan vardı daha masum şiddet unsurlarından uzak ailecek izlenebilecek yapımlardı bunlar, bu tür yapımlar yeniden yapılabilir. Medya çağımızın bir gerçeği, bu çocuklar medyanın içinde doğdu bunu kabullenmek lazım. Onun için çocukları bundan uzak tutamayız ama en azından onların seviyesine de uygun yapımlar yapabiliriz.”

“K6” kodlu katılımcı ise olumsuz örnek teşkil eden içeriklerin kaldırılmasının ya da yasaklanmasının toplumun geleceği ve öğrenciler açısından daha faydalı bir durum olduğunu aktarmaktadır:

K6: “Ya da TV’deki diziler; kültürümüze aykırı çok fazla içerik ve program var. Bunların kaldırılması ya da uyarılması lazım.

... Mesela Hindistan’dı galiba orada TikTok yasaklanmış, bu tür çalışmalar yapılabilir. Çocuğun ve toplumun faydası gözetilmeli bazı konularda.”



BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın sonuçlarına ve bu sonuçlar doğrultusunda önerilere yer verilmiştir.

5.1. Sonuç ve Tartışma

Bu bölümde araştırmanın problem ve alt problemlerine ilişkin sonuçlar sunulmaktadır. Araştırma sürecinde elde edilen verilerin analizi sonucunda araştırma bulgularının beş tema çerçevesinde açıklandığı görülmüştür. Bu temalar; medya ortam ve araçları, medyanın kullanım amaçları, medya kurgusallık farkındalığı, medyanın eğitimde kullanımı, medyanın etkileridir. Bu temaların ilk dördü öğrencilerin medya ortam ve araçlarıyla olan ilişkilerini açıklamaktadır. Medyanın etkilerine ilişkin tema ise medya ortam ve araçlarının ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimine yönelik olumlu ve olumsuz etkilerini açıkladığımız temadır.

Araştırma sonuçlarına göre katılımcı öğretmenlere medya denilince akıllarına ilk gelen çağrışımların televizyon, akıllı telefon, internet, bilgisayar, tablet, gazete, radyo ve dergi gibi kitle iletişim araçlarının ve Instagram, WhatsApp, Facebook, YouTube, TikTok, Zoom ve Twitter gibi sosyal medya araçlarının geldiği görülmektedir.

Araştırmaya katılım sağlayan sosyal bilgiler öğretmenlerine göre, ortaokul öğrencilerinin sıklıkla kullandığı medya ortam ve araçları arasında; televizyon, akıllı telefon, internet, bilgisayar, tablet gibi kitle iletişim araçlarının ve Instagram, WhatsApp, Facebook, YouTube, TikTok ve Zoom gibi sosyal medya araçlarının yer aldığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenler, öğrencilerinin bu medya araçlarını genellikle oyun oynama, ödev-araştırma yapma, dizi-film izleme, iletişim kurma, vakit geçirme, video çekme, yükleme ve izleme gibi amaçlar için kullandığını ifade etmiştir. Öğrencilerin medya araçlarını bu amaçlarla kullandıkları farklı araştırmacılar tarafından yapılan araştırmalarda da (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007; Durak ve Seferoğlu, 2018; İli, 2013) desteklenmektedir.

Araştırmaya katılım sağlayan 5 katılımcı öğretmen (%45), öğrencilerinin medya kurgusallığına karşı bir farkındalığa sahip olduğunu belirtirken, 4 katılımcı öğretmen (%36), öğrencilerinde böyle bir bilincin olmadığı yönünde ifade belirtmiştir. Buna karşın 4 katılımcı öğretmen (%36) ise öğrencilerinin kurgusallığın farkında olmalarına rağmen yine de etkilendiği yönünde görüş bildirmiştir. Araştırmanın bu bulgusu medyanın kurgusallığının öğrenci tarafından nasıl algılandığına dair Genç ve Güner (2014)'in öğretmenler ile yaptığı çalışma ile paralellik gösterse de, öğrencilerin farkındalık sahibi olmasına rağmen yine de etkilendiği konusunda adı geçen çalışmadan farklılık göstermektedir. Özellikle çalışmada adı geçen başlık altında, K4 ve K5 tarafından belirtilen ifadelere bakılırsa, öğrencilerin medyanın kurgulanmış bir dünya olduğunun bilincinde olmalarına rağmen lanse edilen bu dünyanın ambiyansına ve çekim gücüne kendilerini kaptırdıkları yönündeki ifadeleri üzerinde çalışılması gereken konular olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmaya katılım sağlayan sosyal bilgiler öğretmenlerine derslerinde medya ortam ve araçlarından faydalanıp faydalanmadıkları sorulmuştur. Verilen yanıtlara bakıldığında katılımcı öğretmenlerin sırasıyla akıllı tahta, televizyon, bilgisayar, internet, EBA, akıllı telefon, Zoom, WhatsApp, gazete, dergi ve radyo yanıtını verdiği görülmektedir. Katılımcı öğretmenler eğitim amacıyla medya ortam ve araçlarından faydalanmalarına iki sebep göstermektedir. Bunlardan ilki, medya ortam ve araçlarının görsel ve işitsel duylara hitap etmesidir. Katılımcı öğretmenlere göre medya ortam ve araçlarıyla desteklenmiş eğitimin başarı düzeyini arttırdığını söylenebilir. İkinci sebep ise öğrencilerin medya ortam ve araçlarına daha duyarlı ve ilgili olmalarından ileri gelmektedir. Katılımcı öğretmenlere göre öğrenciler günlük yaşamlarında sürekli surette medya araçları ile meşgul olmaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak da medya araçları ile desteklenmiş derslere daha fazla ilgi duymaktadırlar. Öğrencilerin medya ile ilişkileri oldukça iyi seviyededir.

Araştırmaya katılım sağlayan sosyal bilgiler öğretmenlerine göre, ortaokul öğrencilerinin medya ortam ve araçlarını kullanmaları onların birçok alandaki davranış eğilimini etkilemektedir. Bu davranışların boyutları araştırmada; model edinme boyutu, davranış ve değer kazanımı boyutu, sosyal beceriler boyutu, sağlık boyutu, genel duygu durumu boyutu, akademik başarı boyutu ve düşünce dünyası

boyutu şeklinde tespit edilmiştir. Medya bu boyutlarda ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimini olumlu ve/veya olumsuz anlamda etkilemektedir.

Model edinme boyutuna bakıldığında, medyanın mesleki tercih açısından öğrencilere yardımcı olduğu konusunda 4 katılımcı öğretmen (%36) olumlu yönde görüş belirtirken, 11 katılımcı öğretmen (%100) medyanın öğrencilerin giyim-kuşamlarına olumsuz yönde tesir ettiğini ifade etmiştir. 7 katılımcı öğretmen (%63) mesleki tercih hususunda aksi şekilde medyanın öğrencileri olumsuz şekilde yönlendirdiğini, 6 katılımcı öğretmen (%54) öğrencilere küfür ve argo kullanımı konusunda medyanın olumsuz rol-model olduğunu aktarmaktadır. 4 katılımcı öğretmen de (%36) medya ortam ve araçlarının öğrencilere olumsuz davranışları taklit vasıtasıyla aktardığını söylemektedir (Tablo 6).

Araştırmada elde edilen model edinme eğilimine ilişkin sonuçlar alan yazında yapılmış diğer çalışmalar ile de (Özgan, Arslan ve Kara, 2014; Karaboğa, 2019) örtüşmektedir. Küfür ve argo öğrenimi bulgusunda edilen sonuçlar ise Karakuş, Karacaoğlu ve Keten (2020)'in yapmış olduğu çalışmayla paralellik göstermektedir.

Medyanın etkilerinin davranış ve değer kazanımı boyutuna bakıldığında 2 katılımcı öğretmenin (%18) medyanın öğrencilerin özgüven kazanımlarında onlara yardımcı olduğunu belirttiği görülmektedir. 1 katılımcı öğretmen (%9) ise medya sayesinde öğrencilerin çevreye daha duyarlı bireyler haline geldiği yönünde görüş belirtmektedir. Davranış ve değer kazanımı boyutunda katılımcılar medyanın olumlu etkilerine dair sadece bu iki örneği verebilirken söz konusu olumsuz etkiler olunca gözlemlerin ve verilen örneklerin sayısının arttığı açıkça görülmektedir.

Medyanın öğrenciler üzerinde olumsuz davranış ve değer kazanımına bakıldığında, 9 katılımcı öğretmen (%81) tarafından öğrencilerde şiddet ve saldırganlık eğilimini arttırdığı yönünde görüş birlikteliği olduğu görülmektedir (Tablo 7). Bu bulgular ise Zorlu (2016), Strasburger ve Wilson (2014), Demirel (2018), Taylan (2018) gibi araştırmacıların çalışmalarındaki sonuçlar ile benzerlikler göstermektedir.

Olumsuz kazanımlar bağlamında 7 katılımcı öğretmen (%63), medyanın öğrencileri bencilleştirdiğini ifade etmektedir (Tablo 8). Medya araçlarının kullanımına bağlı bencilleşme eğilimine benzer sonuçlar ise Hoşgörür ve Orhan (2017)'in yapmış olduğu çalışmaları ile örtüşmektedir.

3 katılımcı öğretmenin (%28) bazı medya içerik ve uygulamalarının akran zorbalığını teşvik ettiğini belirttiği görülmektedir (Tablo 8). Bu bulgu ise Özcan, Uslu, İbişoğlu, ve Dinçer (2018)'in yapmış oldukları çalışmanın, katılımcıların sosyal medya kullanımının okulda tartışmalara veya şiddete sebep verdiği sonucuyla uyusmaktadır.

Araştırmada davranış ve değer kazanımı bağlamında 3 katılımcı (%28) medyanın öğrencileri daha sabırsız bireyler haline getirdiğini aktarmaktadır. (Tablo 7) 3 katılımcı öğretmen de (%28) medyanın öğrencilerini gerçeklikten koparacak derecede hayalciliğe ittiğini vurgulamaktadır. (Tablo 8) Bu bulgular ise alan yazındaki (Karacoşkun, 2002; Pedro, 2006; Alp ve Levent, 2020) farklı araştırmaların sonuçları ile uyum göstermektedir.

Çalışmada 2 katılımcı öğretmenin (%18) öğrencilerin yalan söyleme davranışını medya ortam ve araçlarından öğrendiğini aktardığı görülmektedir. 2 katılımcı öğretmen ise medya araçları hayatlarına girdiğinden beri öğrencilerin daha ukala bir tavır takındığını aktarmaktadır. Diğer yandan 1 katılımcı öğretmen (%9) medyanın öğrencileri önyargılı insanlar haline getirdiğini vurgularken, 1 katılımcı öğretmen de (%9) öğrencilerin bazı internet ve sosyal medya uygulamaları yüzünden öğrencilerinin kumar alışkanlığı sahibi olduğunu aktarmaktadır. (Tablo 8) Alan yazında bu konular hakkında tafsilatlı araştırmalara rastlanmamıştır.

Medyanın etkileri sosyal beceriler kazanımı açısından incelendiğinde olumlu ve olumsuz etkiler olarak ikiye ayrılmaktadır. (Tablo 9) Olumlu etkiler başlığı altında sadece medyanın öğrenciler arasında iletişimi kolaylaştırdığı yönünde bir bulgu karşımıza çıkmaktadır. 10 katılımcı öğretmen (%90) akıllı telefon, WhatsApp, Messenger, Telegram gibi medya araçları sayesinde öğrencilerin birbirleri ile öğretmenleri ve velileri ile daha kolay iletişime geçebildiğini ifade etmektedir.

Medyanın sosyal becerilere olumsuz etkilerine bakıldığında, 7 katılımcı öğretmen (%63) medya ortam ve araçlarını bağımlılık derecesinde kullanan öğrencilerin asosyalleştiğini tespit etmiştir. (Tablo 9) 6 katılımcı öğretmen (%54) ise öğrencilerin medya araçları üzerinden rahat bir iletişim kurabildikleri halde gerçekte somut ilişki kuramadıklarını hatta cümle kurmada bile bazen sıkıntı yaşadıklarını aktarmaktadır. (Tablo 9)

Araştırmada uzun süre medya araçları ile vakit geçiren öğrencilerin sağlıklarının bozulduğu yönünde bir bulguya rastlanmıştır. Buna göre 9 katılımcı öğretmen (%81) öğrencilerinin medya araçları ile çok fazla vakit geçirmeleri sonucunda bağımlı davranış özellikleri gösterdiğini vurgulamaktadır. Bu bağımlılık ise öğrencileri sosyal çevrelerinden izole etmekte, hatta aileye veya bir arkadaşına ihtiyaç duymayacak hale getirmektedir. Katılımcı öğretmenlerin ifadeleri göz önünde bulundurulduğunda, akıllı telefon, bilgisayar, bilgisayar oyunları, internet ve sosyal medya uygulamaları gibi her nevi medya aracına öğrencilerin ciddi anlamda bağımlı oldukları anlaşılmaktadır. Öğrencilerin bu medya araçlarını okul olan günlerde ortalama 4-5 saat zaman ayırdığı katılımcı öğretmenlerin gözlemleri ile sabittir. Fakat okulun olmadığı hafta sonlarında bu kullanım süresi bilinmemekle beraber daha fazla olduğu tahmin edilmektedir. Medyanın bu denli fazla kullanılıyor olması ise tabii bir şekilde sağlık bozukluğu olarak algılanmaktadır. Bu konu ile alakalı Ektiricioğlu, Arslantaş ve Yüksel (2020)'in yapmış oldukları çalışmada bu yönüyle araştırmayı destekler mahiyettedir. Diğer yandan medyanın bağımlılık derecesinde kullanımının obeziteye, kemik ve eklem ağrılarına ve başka rahatsızlıklara kapı araladığına dair katılımcı öğretmenlerin görüş belirttiği görülmektedir.

4 katılımcı öğretmen (%36) medyaya bağımlı olan öğrencilerinde obezleşme emareleri gördüklerini belirtirken aynı zamanda da öğrencilerinde kemik ve iskelet ağrıları çektiklerine dair şikâyet aldıklarını söylemektedir (Tablo 10). 3 katılımcı da (%28) öğrencilerinin göz sağlığı ile alakalı sorunlar yaşadığını ifade etmektedir (Tablo 9). Tespit edilen bu bulgular ile Akçay (2017), Mustafaoğlu, Zirek, Yasacı ve Özdiñler (2018) ve Kanbur (2020)'un yapmış oldukları çalışmalar sonucunda elde ettikleri bulgular arasında benzer sonuçlar bulunmaktadır.

Araştırmada medya kullanımı ile öğrencilerin genel duygu durumları arasında bir ilişkinin olduğuna dair bulgular tespit edilmiştir (Tablo 11). 5 katılımcı öğretmen (%45) uzun süre çeşitli medya araçlarını kullanan öğrencilerinin gerçeklikten uzaklaştığı yönünde görüş beyan etmektedir. Medyanın öğrencileri gerçeklikten uzaklaştırdığına dair alan yazında farklı dönemlerde farklı araştırmacılar tarafından çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Özen, 2015; Özdemir ve Ramazan, 2012; Friedrich & Stein, 1973; Wood, Wong & Chachere, 1991; Kaşkaya, Ünlü ve

Çavuşoğlu, 2021). Bu araştırmada elde edilen bulgular ile alan yazındaki bulgular arasında benzerlikler bulunmaktadır.

4 katılımcı öğretmen (%36) medya bağımlılığı yüksek olan öğrencilerinde yalnızlaşma eğiliminin arttığını aktarmaktadır (Tablo 11). Bulgular incelendiğinde öğrencilerin medya yüzünden sosyalliklerini yitirdikleri görülmektedir. Bu asosyalleşme ise öğrencilerin kolektif eylem yapabilme kabiliyetlerine ket vurmaktadır. Öğrenciler artık toplu şekilde aktivite yapamayacak hale gelmişleridir. Katılımcı öğretmenlere göre öğrenciler bu yalnızlaşmadan memnun görünmektedirler. Medya ile yalnızlaşma arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer araştırmalarda da benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir (Yıldırım, 2021; Yücel, 2019; Mustafaoğlu, Zirek, Yasacı ve Özdiñler, 2018).

4 katılımcı öğretmen (%36) öğrencilerin yüksek düzeyde medya kullanımlarının yeni kaygı durumlarına sebep olduğunu söylemektedir. (Tablo 11) Özellikle öğrencilerin kullanmış oldukları sosyal medya hesaplarının takipçi ve beğeni sayıları, etkileşim düzeyleri üzerinden birbirleri ile rekabet haline girdiği görülmektedir. Örnek olarak az etkileşim alan, daha az takipçisi veya beğenisi olan öğrenciler diğer öğrenciler tarafından dışlanmaktadır. Dışlanan öğrencilerin ise yalnızlığa itildiği, kaygı ve stres bozukluğu yaşadığı aktarılmaktadır. Bir başka örneğe göre de, öğrencilerin oynamış oldukları bazı online oyunlar ticarileşmiş durumdadır. Bu oyunlar bazen kötü niyetli kişiler tarafından çalınıp satılmaktadır. Bu durum ise oyunu oynayan öğrencilerde hesabının çalınma ihtimaline bağlı kaygı ve endişe yaratmaktadır.

3 katılımcı öğretmen (%28) ise medya üzerinden servis edilen bazı içeriklerin öğrencileri korkuttuğunu ifade etmektedir. (Tablo 11) Öğrenciler oynadıkları oyunlardan veya izledikleri dizi/filmlerden çok fazla etkilenmektedir, üstelik oynadığı oyunlar yahut izledikleri içerikler korku temelinde sunulduğunda bazı öğrenciler psikolojik destek alacak kadar etkilenmektedir

3 katılımcı öğretmenin (%28) ise medya kullanımına bağlı öğrencilerin hayal kırıklığına uğrama sıklığıda artmaktadır. (Tablo 11) Bulgular incelendiğinde öğrencilerin bazı sosyal medya uygulamalarından, diğer kullanıcıları görebilmeleri hayal kırıklığına neden olmaktadır. Öğrenciler kendi hayatında eksikliğini yaşadığını düşündüğü bir şeyin bir başka kullanıcı tarafından sahip olduğunu sosyal medya aracılığıyla rahat bir şekilde görebilmektedir, ya da yaşadığı hayat koşullarından

memnun olmayan öğrencilerin görece daha rahat yaşayan kullanıcıları aynı şekilde içerik paylaşımı yapılabilen sosyal medya uygulamalarında görebilmektedir. Bu durum ise Akyazı (2019)'nın çalışmasında değindiği gibi çoğu zaman hayal kırıklığına ve umutsuzluğa sebep olmaktadır.

2 katılımcı öğretmen (%18) tarafından medya araçları ile çokça vakit geçiren öğrencilerin etrafındakileri çok kolay şekilde suçlama eğilimi içinde olduklarını belirtmektedir. (Tablo 11) Esasen hayal kırıklığına bağlı olarak öğrencilerin çeşitli medya araçlarında şahit oldukları hayatları gözlemledikten sonra kendi hayatları ile kıyaslamaktadır. Ya da kullandıkları akıllı telefonların veya bilgisayarların modelleri ile diğer arkadaşlarının kullandıkları cihazların modellerini kıyaslamaktadırlar. Yaşadığı hayattan memnun olmayan veya düşük modeli cihazları kullanan öğrenciler ortaya çıkan hayal kırıklığını ve öfkeyi başkalarını suçlayarak bastırmaktadır. Özellikle düşük gelirli ailelere mensup öğrencilerin daha fazla suçlama eğiliminde olduğunu belirten katılımcılara göre bu öğrenciler memnun olmadıkları hayatlarının sebeplerini ailelerine yüklemektedir.

Medyanın öğrencilerin akademik başarılarına etkilerine ilişkin bulgular incelendiğinde (Tablo 12), medyanın bilgiye kolay ulaşım sağlaması, çevrede ve dünyada gelişen gelişmeleri takip edebilme açısından faydalı olduğu görülmektedir. Diğer yandan öğrencilerin derse ilgi duymalarını sağladığı gibi onların yaratıcılıklarını da olumlu anlamda etkilediği anlaşılmaktadır.

Öğrencilerin medya araçlarını kullanım durumları ile akademik başarısı arasında olumlu bir etkileşim olduğuna dair bulgulara bakıldığında katılımcı öğretmenlerin özellikle ödev ve araştırma verildiği takdirde öğrencilerin bu araçlardan faydalanarak verilen ödev ve araştırmaları yaptığı yönünde görüş belirttikleri görülmektedir. Pala ve Başbüyük (2020)'de benzer bir şekilde evinde bilgisayar, tablet ve internet bağlantısı olan öğrencilerin olmayanlara göre akademik başarısının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuç adı geçen medya araçlarının, bilgiye daha rahat ulaşma imkanını sağladığı anlamına da gelir.

Araştırmaya katılan öğretmenler, öğrencilerin medya araçları sayesinde ülkede ve dünyada gelişen olaylardan haberdar olduklarını ve gündemi takip ettiklerini aktarmaktadır. Öğrencilerin oynadıkları bazı bilgisayar oyunları sayesinde yaratıcılık, problem çözme ve grupta iletişim kurma becerilerinin olumlu anlamda

etkilendiği yönünde görüş bildiren katılımcı öğretmenler mevcuttur (Tablo 12). Özellikle strateji oyunlarının bu anlamda faydalı olduğu görülmektedir. Kılıç (2021)'ta bazı oyunların, grupla iş yapma becerileri, plan yapma, problem çözme becerileri ve yaratıcı düşünme becerilerini desteklediği yönünde sonuçlara ulaşmıştır.

Medyanın bu olumlu yanlarına karşın 4 katılımcı öğretmen (%36) bağımlılığı yüksek olan öğrencilerinin derse odaklanamadıklarını ifade etmektedir (Tablo 12). Öğrencilerin derse odaklanmak yerine zihinlerini genellikle oynadıkları oyunlarla yahut sosyal medya hesaplarında paylaştıkları içeriklerin etkileşimleri ile meşgul ettikleri görülmektedir. Diğer yandan alan yazında ortaokul öğrencilerinin medya kullanımları ile odaklanma problemine değinen çalışmalara rastlanmamıştır.

3 katılımcı öğretmen (%28) ise medyaya bağımlı olan öğrencilerinin derste uyuduklarını aktarmaktadır (Tablo 12). Katılımcı öğretmenler bunun sebebi olarak sabaha kadar oynanan oyunları işaret etmektedir. Gerçektende (Yılmaz ve Güney, 2021; Bal ve Okkay, 2021) alan yazındaki bazı araştırmaların öğrencilerin geceleri medya araçlarına maruz kalmalarının melatonin seviyelerini etkilediğini bunun da öğrencilerin uykuya dalmakta güçlük çekmelerine veya uyku düzenlerinin bozulmasına sebep olduğunu belirtmektedir.

Katılımcı öğretmenlerin ifadeleri göz önüne alındığında, akademik başarısızlığın nedenlerinden birisinin de medyanın öğrencileri mental açıdan yormasıdır (Tablo 12). Öğrencilerin çok fazla medya uyararı ile muhatap olmaları beraberinde zihnen de meşgul olmalarına neden olmaktadır. Gün içinde akıllı telefon, bilgisayar, televizyon, Instagram, Facebook gibi medya araçları ile meşgul olan öğrencinin zihni her daim dolu olmaktadır. Bu durum katılımcı öğretmenlere göre öğrencinin yeni şeyler öğrenmesine veya ders için efor sarfetmesine mani olmaktadır.

Araştırma incelendiğinde 3 katılımcı öğretmenin (%28) özellikle bilgisayar ve internet gibi medya araçlarının öğrencileri tembelleştirdiği yönünde görüş bildirdiği görülmektedir. (Tablo 12) Medya sayesinde bilgiye kolay ve zahmetsiz ulaşımın önü açılmıştır fakat bu kolaylık öğrencileri hazırcılığa itmektedir. Katılımcı öğretmenler öğrencilerine ödev verdiklerinde internetten kopyala-yapıştır usulüyle çok fazla ödev teslim aldıklarını ifade etmektedir. Medya araçlarının sağladığı kolaylıklar yüzünden öğrencilerde hazırcılığın ve tembelliğin arttığı yönünde farklı araştırmalarda (Köse ve Elçi, 2021; İslim ve Çırak, 2017) da benzer bulgular ve sonuçlar elde edilmiştir.

Katılımcı öğretmenlerin görüşlerine bakıldığında, bazı öğrencilerin okula gitmek yerine internet kafelerine veya Playstation salonlarına gittiği bazende bu mekanlara gidebilmek için okuldan kaçtıkları görülmektedir (Tablo 12). Aküzüm, Yavaş, Tan ve Uçar (2015)'in okuldan kaçma davranışları ile oyun salonları arasında açık bir ilişki olduğunu ortaya koyduğu çalışmaları, araştırmanın bu bulgusu ile örtüşmektedir.

Araştırmaya katılan 2 katılımcı öğretmen (%18) medya bağımlılığı yüksek olan öğrencilerin verilen ödevleri yapmadıklarını ifade etmektedir (Tablo 12). Katılımcı öğretmenlere göre öğrenciler oyun oynamaktan ya da sosyal medya uygulamalarında vakit geçirmekten ödev yapmaya zaman ayıramamaktadır. Bununla birlikte 1 katılımcı öğretmen ise medya kullanımının öğrencileri kitap okumaktan alıkoyduğunu uzun vadede ise genel kültür düzeylerinin düştüğünü belirtmektedir (Tablo 12). Bunun da temel sebebi yine öğrencilerin oyun oynamayı veya sosyal medya uygulamalarında vakit geçirmeyi yeğlemesi olarak görülmektedir.

1 katılımcı öğretmen (%9) öğrencilerinin haberleri ve gündemi sosyal medya araçlarından takip etmeyi tercih ettiklerinden dolayı çoğu zaman yanlış bilgiler edindiğini aktarmaktadır (Tablo 12). Öğrenciler teyitli bilgileri sunan düzenli haber programlarını izlemediklerinden dolayı kesinliği belli olmayan sosyal medya haberlerine çabuk inanabilmektedirler. Dahası katılımcı öğretmene göre öğrenciler yanlış şeyleride doğruymuş gibi kabul etmektedirler. Öğrencilerin zihinlerine yerleşen yanlış bilgileri düzeltmekte zorluk çektiklerini belirten katılımcı öğretmen, bu durumun eğitimin kalitesini düşürdüğünü aktarmaktadır. Araştırmanın elde edilen bu bulgu ise Köse ve Elçi (2021)'nin araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Medyanın öğrencilerin düşünce dünyalarına etkilerine ilişkin bulgulara bakıldığında (Tablo 13), öğrencilerin medya sayesinde diğer fikirlere ve düşüncelere saygı duyma davranışlarının arttığı görülmektedir. Buna benzer şekilde 2 katılımcı öğretmenin de (%18) ifade ettiği üzere medya araçları vasıtasıyla öğrencilerinin evrensel bir algılayış ve bakış açısı kazandıkları dikkat çekmektedir. Özellikle bazı sosyal medya uygulamalarının sınırlar üstü ve küresel bir yapıya sahip olması öğrencilerin yerellikten uzaklaşarak evrensel değerler etrafında hayatlarına şekil vermelerine ön ayak olmaktadır.

Araştırma bulguları incelendiğinde, medya araçları sayesinde öğrencilerin ülke ve dünya gündemi ile daha alakadar oldukları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda medyanın politik okuryazarlık noktasında öğrencilere olumlu şekilde etki ettiği söylenebilir. Özellikle 7. ve 8. sınıf kademesinde öğrenim gören öğrencilerin bazı sosyal medya hesapları sayesinde ülkeye ve dünyaya dair değerlendirmeler ve yorumlar yapabildikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan 1 katılımcı öğretmen (%9) medya araçları tarafından servis edilen bazı içeriklerin, öğrencilerin vatanseverlik değerini kazandırdığını ve milliyetçilik eğilimlerini arttırdığını ifade etmektedir (Tablo 13). Özellikle Türk tarihindeki olayları referans alarak içerikler üreten bazı televizyon dizilerinin bu durumda büyük pay sahibi olduğu katılımcı öğretmen tarafından vurgulanmaktadır. Araştırma bulguları bu açıdan Ayaydın ve Yıldız Ayaydın (2018)'in yaptıkları araştırmanın bulguları ile uyumluluk arz etmektedir.

Araştırmaya katılan 5 katılımcı öğretmen (%45), medya kullanımına bağlı olarak öğrencilerin toplumsal gelenek ve kültüre yabancılaştığını dahası kültürel açıdan yozlaştığını aktarmaktadır (Tablo 13). Televizyonda yayınlanan bazı dizi ve programların, izleyiciye sınırsız zenginliğe sahip hayatları lanse ettiğini, kadına şiddeti normalleştirdiğini, aile kavramının içini boşalttığını ve toplumsal ahlaki yapıyı zedelediğini belirten katılımcı öğretmenler bu içeriklere maruz kalan öğrencilerin dejenereleşmeye başladığını vurgulamaktadır. Diğer yandan bazı oyunları bağımlılık derecesinde oynayan öğrencilerin, aileleriyle veya arkadaşlarıyla vakit geçirmekten imtina ettikleri görülmektedir. Türk kültüründe müstesna bir yeri olan aile kurumunun gün geçtikçe önemini yitirdiği katılımcılar tarafından dile getirilmektedir. Medyanın öğrencileri gelenek ve göreneklere yabancılaştırdığına dair bulgular Şahin (2011) ve Yücekök (2019)'ün araştırmalarındaki bulgular ile örtüşmektedir.

Araştırma bulguları incelendiğinde medyanın kuşaklar arasındaki çatışmayı arttırdığı yönünde görüşlere rastlanmaktadır. Katılımcı öğretmenlere göre medya ortam ve araçları ile aralarında simbiyotik bir bağ bulan öğrenciler ile medya ortam ve araçlarına teşne olmayan yaşça daha büyük kuşaklar gün geçtikçe birbirlerine yabancılaşmaktadır. Son yıllarda artış eğilimi gösteren medya teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, kuşakların ortak bir zeminde

ve dil etrafında birleşmeleri güçleşmektedir. Kuşaklar arasında gerçekleşen bu kopmalar ve çatışmalar ise birçok yeni sosyolojik ve psikolojik sorunları beraberinde getirmektedir. Medya kaynaklı kuşaklar arası çatışma alanyazındaki farklı araştırmalara da (Duygulu , 2018; Kurt Topraklı ve Mazman, 2020) konu olmuştur.

Araştırma kapsamında medyanın öğrenciler üzerine olumlu ve olumsuz etkilerini ifade eden katılımcı öğretmenlere, bu olumsuz etkilere karşı önerileri olup olmadığı sorulmuştur (Tablo 14). Bu bağlamda 7 katılımcı öğretmenin (%63) günümüzde ortaokullarda seçmeli statüsünde okutulan Medya Okuryazarlığı dersinin zorunlu olması yönünde öneride bulunduğu görülmektedir.

4 katılımcı öğretmen (%36) ise Medya Okuryazarlığı dersinin yalnızca öğrencilere yönelik bir çözüm getirebileceğini fakat medya kaynaklı sorunların öğrencilerin ötesinde ailelerle de alakalı olduğunu savunmaktadır. Bundan dolayı katılımcı öğretmenler ailelerin de medya okuryazarlığı eğitimi almaları gerektiği yönünde öneri getirmektedirler.

3 katılımcı öğretmen (%28) öğrencilerin medya ortam ve araçları ile sınırlı bir dünyaya sıkıştıklarını, bu sıkışmışlıktan kurtuldukları takdirde olumsuz etkilerin kademe kademe azalacağını aktarmaktadırlar. Katılımcı öğretmenler bu durumun çözümünü ise öğrencilerin, spor, sanat gibi somut etkinliklere yönlendirmede görmektedirler. 2 katılımcı öğretmen (%18) medyanın olumsuzlukları ile başa çıkmak için tercih edilen medya ortam ve araçlarına kota koyulabileceğini önermektedir. 1 katılımcı öğretmen (%9) çözüm mercii olarak RTÜK'ü işaret etmektedir. RTÜK tarafından düzenli ve sıkı bir denetim yapıldığı takdirde birçok olumsuz etkinin kendiliğinden ortadan kalkacağı düşünülmektedir. 1 katılımcı öğretmen (%9) medya ortam ve araçlarının çağın değişmez bir gerçeği olduğunu, onunla mücadele etmek yerine uzlaşmanın daha mantıklı olacağını aktarmaktadır. Bu bağlamda medya kanalıyla öğrencilerin seviyesine uygun yapımların servis edildiği takdirde olumsuz etkilerin ortadan kalkacağı bildirilmektedir. 1 katılımcı öğretmen (%9) ise medya kanalıyla olumsuz davranış öğelerini servis eden içeriklerin ortadan kaldırılması gibi radikal bir öneride bulunmaktadır.

Sonuç olarak, Burdur'da öğrenim gören ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimlerinde medyanın etkisine dair sosyal bilgiler öğretmenleri ile yapılan görüşmelerin sonucunda ulaşılan bulgular ilgili çalışmalardaki yorumlarla

Aksaçlıoğlu ve Yılmaz (2007), Durak ve Seferoğlu (2018), İli (2013), Genç ve Güner (2014), Özgan, Arslan ve Kara (2014), Karaboğa (2019), Karakuş, Karacaoğlu ve Ketten (2020), Zorlu (2016), Strasburger & Wilson (2014), Demirel (2018), Taylan (2018), Hoşgörür ve Orhan (2017), Özcan, Uslu, İbişoğlu, ve Dinçer (2018), Pedro (2006), Alp ve Levent (2020), Karacoşkun (2002), Ektiricioğlu, Arslantaş ve Yüksel (2020), Akçay (2017), Mustafaoğlu, Zirek, Yasacı ve Özdiñler (2018), Kanbur (2020), Özen (2015), Özdemir ve Ramazan (2012), Friedrich & Stein (1973), Wood, Wong & Chachere (1991) Kaşkaya, Ünlü ve avuşoğlu (2021), Pala ve Başıbüyük (2020), Kılıç (2021), Yılmaz ve Güney (2021), Bal ve Okkay (2021), Köse ve Elçi (2021), İslim ve ırak (2017), Aküzüm, Yavaş, Tan ve Uçar (2015), Ayaydın ve Yıldız Ayaydın (2018), Şahin (2011), Yücekök (2019), Duygulu (2018), Kurt Topraklı ve Mazman (2020) bazı konularda paralellikler göstermektedir.

5.2. Öneriler

- 1) Araştırma bulguları incelendiğinde, ortaokul öğrencilerinin medya ortam ve araçlarından olumsuz anlamda çok fazla etkilendiği açıkça görölmektedir. Araştırma bulguları ve sonuçları dikkate alındığında aşağıda yer alan eylemler gündeme alınabilir:
 - a) Medya ortam ve araçları öğrenci davranış eğilimini birçok açıdan etkilemektedir. Dolayısıyla medya, bireyin ve toplumun geleceği açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Seçmeli ders statüsünde okutulan Medya Okuryazarlığı dersi, zorunlu ders statüsüne alınarak okutulabilir.
 - b) Öğrencilerin medya ile ilişkisi sadece okulda değil aynı zamanda okul dışında da devam etmektedir. Ailenin bu konudaki bilgisini geliştirmek amacıyla MEB denetiminde; Halk Eğitim Merkezlerinde yüz yüze veya online şekilde ailelere yönelik Medya Okuryazarlığı eğitimi verilebilir.
 - c) Hayatı medya araçları tarafından kuşatılmış öğrenciler için somut aktivite (spor, sanat vs.) alanlarının sayısı arttırılabilir. Öğrenciler bu aktivitelere teşvik edilebilir.
 - d) Öğrencilerin sıklıkla maruz kaldığı, olumsuz davranış modeli edinmesine neden olacak ve pedagojilerine uygun eğitici içerikler medya araçları

kanalıyla öğrencilere servis edilebilir. Bu içeriklerin üretilmesi teşvik edilebilir.

2) Araştırma bulgularına bakıldığında kahir ekseriyetinin alan yazındaki çalışmalarla örtüştüğü gözükmemektedir. Fakat bazı bulgulara dair alan yazında yeterince çalışma yapılmadığı görülmektedir. Bu bağlamda aşağıda yer alan konuların üzerine çalışmak isteyen araştırmacıların alan yazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir:

- a) Araştırmanın üçüncü temasını oluşturan öğrencilerin medyanın kurgusallığına dair farkındalık düzeylerinin incelendiği bulgulara bakıldığında öğrencilerin farkındalık sahibi olmalarına rağmen kendilerine lanse edilen dünyanın ambiyansına ve çekim gücüne kendilerini kaptırdıkları yönündeki bulgular hakkında yapılacak araştırmalar alan yazına katkı sağlayabilir.
- b) Araştırmanın dördüncü temasını oluşturan medyanın öğrencilerin davranış eğilimlerine etkilerinin incelendiği bulgulara bakıldığında, medya araçlarının kullanımı ile ukalalık, önyargı gibi olumsuz davranış özelliklerinin artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Diğer yandan öğrencilerin bazı sosyal medya uygulamaları yüzünden kumar alışkanlığı edindiği görülmektedir. Bu konu hakkında yapılacak olan araştırmalar alan yazında önemli bir boşluğu dolduracaktır.
- c) Medyanın, sosyal becerilere olumlu etkilerine ilişkin bulguları incelendiğinde, WhatsApp, Messenger, Telegram gibi bazı sosyal medya uygulamaları sayesinde öğrencilerin birbirleri ile öğretmenleri ile ve velileri ile daha kolay şekilde iletişime geçtiği görülmektedir. Medyanın, ortaokul öğrencilerinin hayatını bu denli kolaylaştıran fonksiyonlarının çalışılması alanyazına katkı sağlayabilir
- d) Medyanın, sosyal becerilere olumsuz etkilerine ilişkin bulgular incelendiğinde, öğrencilerin bazı sosyal medya araçları üzerinden rahat bir iletişim kurabildikleri halde gerçek hayatta somut ilişki kuramadıkları hatta cümle kurmada bile bazen sıkıntı yaşadıkları yönünde bulgular ortaya çıkmıştır. Medya kullanımı ile dil gelişimi ilişkisinin ortaokul öğrencileri ölçeğinde yapılacak araştırmalar alan yazına katkı sağlayabilir.

- e) Medyanın, öğrencilerin genel duygu durumları üzerine olumsuz etkileri incelendiğinde, medya bağımlılığı yüksek olan öğrencilerin yalnızlaşma eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Fakat asıl dikkat çekici olan ise öğrencilerin bu yalnızlaşma halinden memnun olmalarıdır. Öğrencilerin bu yalnızlık memnuniyetleri hakkında yapılacak olan çalışmalar alan yazına önemli bir katkı sağlayabilir.
- f) Medyanın, öğrencilerin akademik başarılarına olumsuz etkileri incelendiğinde, katılımcılar tarafından öğrencilerin mental açıdan yorulmaları işaret edilmektedir. Gün içinde çok fazla medya uyarısı ile muhatap olan öğrenciler zihnen çok fazla meşgul olmaktadır. Bu meşguliyet ise yeni bilgilerin öğrenilmesine veya ders için çaba sarf edilmesine engel olmaktadır. Medya kullanımına bağlı mental yorgunluğun ortaokul öğrencileri ölçeğinde kapsamlı bir şekilde çalışılması, alan yazına önemli katkılar sağlayabilir.

KAYNAKLAR

- Ahioğlu Lindberg, E. (2011). Piaget ve ergenlikte bilişsel gelişim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(11), 1-10.
- Akçay, D. (2017). Çocuk ve adölesanların elektronik medya kullanımının obezite ve uyku sorunlarına etkisi. *Güncel Pediatri*, 15(2), 73-84.
- Akdoğan, Z. (1996). *Cep telefonu üzerine bir araştırma ve tasarım* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aksaçlıoğlu, A. ve Yılmaz, B. (2007). Öğrencilerin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıkları üzerine etkisi. *Türk Kütühaneciliği*, 21(1), 3-28.
- Aksu Bektaş, Y. ve Alver, M. (2020). Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen adayı görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mersin University Journal of the Faculty of Education*, 16(3), 546-572.
- Alav, O. (2020). *Kitle İletişim Araçları MEDYA: Medyanın birey ve toplumsal yapıya etkileri*. İstanbul: Hiperlink Eğitim-İletişim Yayınları.
- Alp, İ. ve Levent, F. (2020). Dijital dönüşümün öğrencilerin değerleri üzerindeki etkisine ilişkin öğretmen görüşleri. *Turkish Studies*, 15(3).
- Altıparmak, İ. (2018). Sosyal öğrenmenin aile içi şiddete etkisi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(34), 233-262.
- Anitha, F., Narasimhan, U., Janakiraman, A., Janakarajan, N. & Tamilselvan, P. (2021). Association of digital media exposure an addiction with child development and behavior: A cross-sectional study. *Industrial Psychiatry Journal*, 30(2), 265.
- Aral, N. ve Baran, G. (2011). *Çocuk Gelişimi*. İstanbul: YA-PA Yayın A.Ş.

- Artan, İ. ve San Bayhan, P. (2004). *Çocuk Gelişimi ve Eğitimi*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Arvas, İ. (2018). Türkiye'nin radyo ile tanışması ve Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 4(2), 406-428.
- Ateş, M. ve Durmuşoğlu Saltalı, N. (2019). KKTC’de yaşayan 5-6 yaş çocukların tablet ve cep telefonu kullanımına ilişkin ebeveyn görüşlerinin incelenmesi. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 62-90.
- Atkin, C. (1978). Observation of parent-child interaction in supermarket decision-making. *Journal of Marketing*, 42(4), 41-45.
- Avcı, N. (1990). *Enformatik Cehalet*. Ankara: Rehber Yayıncılık.
- Aydeniz, H. (2012). *Medyayı Tanımak (2. Baskı)*. İstanbul: AEP Uygulama ve Yaygınlaştırma Projesi EDAM Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi.
- Aydın, B. (2010). *Çocuk ve Ergen Psikolojisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aydın, M. ve Çelik, T. (2019). Velilerin gözünden sosyal medyanın ortaokul öğrencileri açısından yarar ve riskleri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (50), 110-135.
- Aydın, T. (2010). *1990 yılı ve sonrası Türkiye’de kitle iletişim araçları ve müzik medya üzerine etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aygar, H. (2020). *Lise Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığı, Ruhsal Durum ve Uyku Kalitesinin Değerlendirilmesi* (Tıpta Uzmanlık Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Tıp Fakültesi, Eskişehir.
- Aymaz, G. (2018). İletişim araçlarının toplumsal tarihi için bir giriş. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 124-139.

- Aziz, A. (1976). *Radyo ve televizyona giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Balcı, M. (2014). Tarde'ı neden tardettik? Türk sosyolojisine dair soy-kütüksel bir deneme. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(29), 293-330.
- Baldini, M. (2000). *İletişim tarihi*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 21-41.
- Bandura, A., Ross, D. & Ross, S. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(1), 3-11.
- Bayrakçı, M. (2013). Sosyal öğrenme kuramı ve eğitimde uygulanması. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(14), 198-210.
- Bayram, N. (2002). *Toplum ve iletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Baytekin, Ç. (2011). *Öğrenme öğretme teknikleri ve materyal geliştirme*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Benek, K. (2016). Osmanlı İmparatorluğunda basının doğuşu ve II. Meşrutiyete kadarki gelişimi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(6-7), 27-39.
- Benowitz-Fredericks, C., Garcia, K., Massey, M., Vasagar, B. & Borzekowski, D. (2013). Body image, eating disorders, and the relationship to adolescent media use. *Pediatric Clinics of North America*, 59(3), 693-705.
- Berkowitz, L. & Rogers, K. (1986). A priming effect analysis of media influences. *Perspectives on media effects*, (57), 81.
- Bronfenbrenner, U. (1981). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. London: Harvard University Press.

- Brown, J., Halpern, C. & L'Engle, K. (2005). Mass media as a sexual super peer for early maturing girls. *Journal of Adolescent Health*, 36(5), 420-427.
- Budak , A. (2014). *Osmanlı Modernleşmesi, Gazetecilik ve Edebiyat*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Bulut, S. (2021). Televizyon ve sosyal medyanın çocuklar üzerindeki etkileri ve yapılması gerekenler. *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi*.
- Büyükbaykal, G. (2007). Televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (28), 31-44.
- Cangin, S. (2014). *İlköğretim Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Dersine Bakış Açıları (Ankara-Keçiören Örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, Cilt 1: Ağ toplumunun yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cesur, S., & Paker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: Çocukların TV programlarına ilişkin tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(19), 106-125.
- Ceylan, Y. (2012). Toplumsal değerler ve medya etiği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (7), 45-58.
- Collier, K. (2015). *Does Parental Mediation of Media Influence Child Outcomes? A Meta-Analysis on Media Time, Content, Aggression, Substance Use, Sexual Behavior, and Health Outcomes*. Brigham Young University.
- Cordy, J. (1993). Thief of time, unfaithful servant: Television and The American child. *Daedalus*, 122(1), 259-278.
- Çakı, C. (2020). Nazi Almanyası'nda" Lord Haw-Haw" radyo propagandasına karşı İngiltere'nin" Nasti News" kısa film propagandası üzerine inceleme. *TRT Akademi*, 5(9), 334-355.

- Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (8), 123-149.
- Çam, Z., Seydooğulları, S., Çavdar, D. ve Çok, F. (2012). Ahlak gelişiminde klasik ve yeni kuramsal yaklaşımlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(2), 1211-1225.
- Çebi, M. (2012). Yeniliklerin yayılmasında sosyal taklidin ve kanaat önderlerinin işlevsel önemi: Gabriel Tarde'ın sosyal taklit teorisi açısından bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2012(34), 1-18.
- DeGaetano, G. (2005). *Parenting well in a media age (keeping our kids human)*. Fawnskin-California: Personhoos Press.
- Demir, T. (2011). Medya ve ergen. *Türk Pediatri Arşivi*, (1), 22-24.
- Demirel, İ. (2018). Ortaokul öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre şiddetli programlara yönelik tutumları ve kişilik özelliklerinin resim çalışmalarına yansımaları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(2), 382-401.
- Demirel, S. ve Yegen, C. (2015). Tüketim, postmodernizm ve kapitalizm örgüsü. *Ankara Üniversitesi İlel Dergisi*, 2(1), 115-138.
- Dewar, J. (2000). The information age and the printing press: Looking backward to see ahead. *Ubiquity*.
- Dilber, F. (2014). Kitle iletişim araçları ve suç olgusu. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (3), 60-66.
- Doko, E. (2021). Alternatif bir dünya arayışı: Metaverse. *Lacivert*, 79-81.
- Dolgun, U. (2016). Kitle İletişim Araçları ve Yeni Medya. İstanbul: Paradigma Akademi.
- Durak, H. ve Seferoğlu, S. (2018). Ortaokul öğrencilerinin akıllı telefon kullanımları ve bağımlılık düzeyleriyle ilgili unsurlar. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8(1), 1-23.

- Durdu, A. (2019). *Ortaokul 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışlarının incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Durmuş, K. (2020). *Medya etkileri bağlamında okul öncesi dönem çocuklarının yeni medya kullanımının analizi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Eisenstein, E. (1969). The advent of printing and the problem of the Renaissance. *Past & Present*, (45), 19-89.
- Elkind, D. (1999). *Çocuk ve Toplum (Gelişim ve Eğitim Üzerine Denemeler)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Çocuk Kültürü Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.
- Elkind, D. ve Dönmez, A. (1979). Erik Eriksson: insanda gelişimin sekiz evresi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 12(1), 27-38.
- Eraslan, H. (2021). Geleneksel Medyadan Sayısal Medyaya: Medya Kuramları ve Çocuk. Ankara: PEGEM Akademi.
- Ercan, H. (2019). Doğum Öncesi ve Bebeklik Döneminde Gelişim. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Erkilet, A. (2004). *Eleştirelilikten uyuma*. Ankara: Hece Yayınları.
- Ertürk, Y. (2011). Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Fröhlich, E. (1993). Joseph Goebbels: The propagandist. *The Nazi elite*. UK: Palgrave Macmillan.
- Fuchs, C., Hofkircher, W., Schafranek, M., Raffl, C., Sandoval, M., & Bichler, R. (2010). Theoretical foundations of the Web: Cognition, communication, and

co-operation. Towards an understanding of Web 1.0, 2.0, 3.0. *Future Internet*, 2(1): 41-59.

Gabler, N. (2000). *Life: The Movie (How Entertainment Conquered Reality)*. New York: Vintage Books.

Gander, M., & Gardiner, H. (2004). *Çocuk ve ergen gelişimi*. İstanbul: İmge Kitabevi.

Gencer, H. (2017). *Ortaokul öğrencilerinde internet bağımlılığı ve siber zorbalık davranışları ile ilişkili değişkenlerin incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.

Genç, S., ve Güner, F. (2014). Medyadaki “gerçeklik” sorunu ve ortaokul öğrencileri (Öğretmen görüşlerine göre durum tespiti). *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 233-254.

Glaubke, C., Miller, P., Parker, M., & Espejo, E. (2001). *Fair play? Violence, gender and race in video games*. Oakland: Children Now.

Gönenç, E. (2012). İletişimin tarihsel süreci. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (28), 87-102.

Greenhow, C., Robelia, B., & Hughes, J. (2009). Learning, teaching, and scholarship in a digital age: Web 2.0 and classroom research-what path should we take “now”? *Educational Researcher*, 38(4), 246-259.

Grossman, L., & DeGaetano, G. (2013). *Stop teaching our kids to kill*. New York: Missouri Medicine.

Güdücü, B. (2006). *Bir kamusal alan olarak Türkiye’de internet kullanımı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Hargreaves, L., & Hargreaves, D. (1997). Children development 3-7 (The Learning Relationship in The Early Years. *Teaching in the Primary School: A Learning Relationship*. London: Routledge.
- Horten, G. (2002). *Radio goes to war*. Los Angeles: University of California Press.
- Hoşgörür, V. ve Orhan, A. (2017). Okulda zorbalık ve şiddetin nedenleri ve önlenmesinin yönetimi (Muğla Merkez İlçe Örneği). *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi* , 12(24) , 859-880.
- İlaslan, S. (2014). Türkiye'de televizyon yayıncılığının kuruluşu üzerine temel tartışmalar: Kalkınma, eğitim ve milli güvenlik. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 69(3), 481-510.
- İli, K. (2013). *Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrenci Davranışlarına Etkisi (Gaziçi'de Anadolu Lisesi Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İşıkoğlu, N. ve Ergenekon, E. (2021). Bebeklerin teknolojik araçları kullanmalarıyla ilgili anne görüşleri. *Journal of Faculty of Educational Sciences*, 54(1), 117-140.
- İşman, A. (2001). Bilgisayar ve eğitim. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 1-34.
- Jost, H. & Sontag, L. (1944). The genetic factor in autonomic nervous system function. *Psychosomatic Medicine*, 6(4), 308-310.
- Kalem, G. (2013). *Kalite fonksiyon açılımı ve akıllı telefon tasarımıyla uygulanması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Karaboğa, M. (2018). Medya çağında çocuk ve çocuk kültürü: Şiddet ve tüketim kültürünün yansımaları. *Uluslararası Çocuk Edebiyatı ve Eğitim Araştırmaları Dergisi (ÇEDAR)*, 2(2), 1-17.

- Karaboğa, M. (2019). Lise öğrencilerinin rol model tercihlerine ilişkin bir çalışma. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(2), 363-391.
- Karacoşkun, M. (2002). Bireysel ve toplumsal çözülmede televizyon faktörü üzerine düşünceler. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6(1), 227-234.
- Karakoç, E. & Arklan, Ü. (2009). Eğitim düzeyinin medya kullanımına etkisi: Gazete ve televizyon karşılaştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 407-438.
- Karakuş, N. Karacaoğlu, M. ve Keten, M. (2020). Ortaokul öğrencilerinin kullandığı argo kelimeler çerçevesinden dil ahlakına genel bir bakış. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (7), 172-191.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi [Scientific research method]*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Keskindemirci, G. ve Gökçay, G. (2020). Dil gelişimi gecikmiş olan çocuklarda ekran maruziyeti: Ön çalışma sonuçları. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 82(4), 30-34.
- Kılıç, S. (2014). *Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve sosyal medyanın siyasal iletişimi etkileme rolü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kırık, A. (2013). Televizyonun gelişim çağı çocukları üzerindeki olumsuz etkileri ve ebeveynlerin kontrol sorunu. *21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 189-198.
- Kocadaş, B. (2002). *Görsel medya ve şiddet kültürü (Orta öğrenim çağı gençliğinin şiddet eğiliminde görsel medyanın etkisi)-Malatya İli Uygulaması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Kocadaş, B. (2004). Kitle iletişim araçları eğitim ilişkisi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 4(3), 129-135.

Kocadaş, B. (2005). K lt r ve medya. *Bilgi*, (34), 1-13.

Kulaksızoğlu, A. (2004). *Ergenlik psikolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Kwak, J. Kim, J. & Yoon, Y. (2018). Effect of parental neglect on smartphone addiction in adolescents in South Korea. *Child abuse & neglect*, (77), 75-84.

Lee, L.-H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., . . . Hui, P. (2021). All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda. *arXiv preprint arXiv*.

Lemish, D. (2015). *Children and Media, A Global Perspective*. West Sussex: Wiley Blackwell.

Lenhart, A., Madden, M., Smith, A., Purcell, K., Zickhur, K., & Rainie, L. (2011). Teens, kindness and cruelty on social network sites (How American teens navigate the new world of “digital citizenship”. *Pew Research Center's Internet & American Life Project*, 2-86.

Lindberg, E. ve Ahçı, Z. G. (2019). Gelişimle ilgili kuramlara genel bakış. *Gelişim Psikolojisi-1*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Martins, N. & Wilson, B. (2012). Mean on the screen: Social aggression in programs popular with children. *Journal of Communication*, 62(6), 991-1009.

MEB. (2018). *Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

Merriam, S. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco: John Wiley & Sons Inc.

Miller, P. (2011). Piaget's Theory (Past, Present and Future). *The Wiley-Blackwell Handbook of Childhood Cognitive Development, 2nd edition*. West Sussex: Blackwell Publishing.

Mora, N. (2008). Medya ve k lt rel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.

- Morgan, C. (2009). *Psikolojiye giriş*. Ankara: Eğitim Kitabevi.
- Nalcıoğlu, B. (2005). Tanzimat dönemi Türk gazeteciliği ve Türk basınının ilkeleri. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 253-267.
- Ning, H., Wang, H., Lin, Y., Wang, W., Dhelim, S., Farha, F., . . . Daneshmand, M. (2021). A survey on Metaverse: the state-of-the-art, technologies, applications, and challenges. *arXiv preprint arXiv*.
- Oskay, Ü. (1971). *Toplumsal gelişmede radyo ve televizyon*. Ankara: Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Özay, C. (2015). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özcan, E. Uslu, G. İbişoğlu, Ş. ve Dinçer, E. (2018). Ergenlerde akran zorbalığının sosyal medyada üretimi ve yeniden üretiminin okul sosyal hizmeti bağlamında değerlendirilmesi. *Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 2(2), 78-102.
- Özçağlayan, M. (2000). Türkiye'de televizyon yayıncılığının gelişimi. *Selçuk İletişim*, 1(2), 41-52.
- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin gelişimi ve gazeteciliğin geleceği (yeni teknolojiler ve medya ekonomisi açısından bir değerlendirme). *Marmara Journal of Communication*, 13(13), 131-159.
- Özgan, H. Arslan, M. ve Kara, M. (2014). Popüler kültürün öğrenci davranışları üzerinde algılanan etkileri. *EKEV Akademi Dergisi*, 58(58), 469-484.
- Özkan, B. ve Yılmaz, Ö. (2016). Okul öncesi dönem 5-6 yaş çocuklarının televizyon izleme alışkanlıkları ve televizyon programları hakkında anne görüşleri. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, (8), 118-126.
- Özkan, H. (2006). Popüler kültür ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1), 29-38.

- Park, E., & Kwon, M. (2018). Health-related internet use by children and adolescents: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 20(4).
- Pasquier, D. Buzzi, C. d'Haenens, L. & Sjöberg, U. (1998). Family lifestyles and media use patterns, An analysis of domestic media among Flemish, French, Italian and Swedish children and teenagers. *European Journal of Communication*, 13(4), 503-519.
- Paxson, P. (2018). *Mass communications and media studies: An introduction*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Pedró, F. (2006). *The new millennium learners: challenging our views on ICT and learning*. Inter-American Development Bank.
- Piaget, J. (1964). Part I: Cognitive development in children: Piaget development and learning. *Journal of Research in Science Teaching*, 2(3), 176-186.
- Piotrowski, J. Vossen, H. & Valkenburg, P. (2013). Medya ve Çocuk Gelişimi. 1. *Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 2*. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Rideout, V. Foehr, U. & Roberts, D. (2010). *Generation M2 (Media in the Lives of 8- to 18- Year Olds)*. Menlo ParkCalifornia: The Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Saka, E. (2019). Türkiye'de İnternet. *Yeni Medya Çalışmaları V Türkiye İnternet Tarihi*. İstanbul: Alternatif Bilişim.
- Scheibe, C. & Rogow, F. (2015). *Basic ways to integrate media literacy and critical thinking into any curriculum*. New York: Ithaca College.
- Senemoğlu, N. (2012). *Gelişim, Öğrenme ve Öğretim: Kuramdan Uygulamaya (Development, learning and instruction: from theory to practice)*. Ankara: PEGEM Akademi.

- Signorelli, N. (2003). Prime-time violence 1993-2001: Has the picture really changed? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(1), 36-57.
- Soylu, Y. (2020). Sosyal Öğrenme Kuramı ve Erken Çocuklukta Uygulama Alanları. *Erken Çocuklukta Öğrenme Yaklaşımları*. Ankara: PEGEM Akademi.
- Sserutte, C. (2020). *Bilişim Suç Aracı olarak Mobil/Akıllı Telefon Kullanımı: Adana Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Çukurova Üniversitesi Bağımlılık ve Adli Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Stallard, P. Velleman, S. & Richardson, T. (2010). Computer use and attitudes towards computerised therapy amongst young people and parents attending child and adolescent mental health services. *Child and Adolescent Mental Health*, 15(2), 80-84.
- Strasburger, V. & Wilson, B. (2014). *Media violence and children: A complete guide for parents and professionals*. Santa Barbara: Praeger Publishers/Greenwood Publishing Group.
- Strasburger, V., Wilson, B., & Jordan, A. (2013). *Children, Adolescents, and the Media Third Edition*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Süllü, Z. (2018). Sözlü kültürden dijital kültüre iletişim ve iletişim araçlarının tarihsel kökenleri. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (1), 119-135.
- Şahin, A. (2021). *Eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şahin, M. (2005). Türkiye de gençliğin toplumsal kimliği ve popüler tüketim kültürü. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 157-181.
- Şengönül, T. (2018). *Medya şiddetinin çocuklara ve gençlere saldırgan davranış kazandırmadaki rolü*. Ankara: HEGEM Yayınları.

- Şengün, M. (2007). Ahlaki gelişimin psiko-sosyal dinamikleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 23(23), 201-221.
- Şimşek, H. ve Yıldırım, A. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Taylan, H. H. (2018). Televizyonun acımasız ve tehlikeli dünya algısı ve suç korkusu üzerindeki etkisi. *SANAL ALEM/MEDYA ŞİDDETİ*, 118.
- Taylan, H. ve Işık, M. (2015). Sakarya'da ortaokul ve lisede internet bağımlılığı. *Türk Araştırmaları (Elektronik)*, 10(6), 855-874.
- Tekiroğlu, M. (2013). *Kitle iletişim araçlarının 8. sınıfta okutulmakta olan “vatandaşlık bilgisi ve demokrasi eğitimi” dersine etkilerinin araştırılması ve değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Tellan, D. (2004). Tüketim kültürü ve cep telefonlarının güvenliği. *Bilim Ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 5(57), 137-142.
- Tokgöz, O. (2010). *Temel gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Toruk, İ. (2008). Üniversite gençliğinin medya kullanma alışkanlıkları üzerine bir analiz. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 475-476.
- Tutar, H. (2016). *Sosyal Psikoloji*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Uğur, E. (2004). *Genel ve teknik İletişim (Tüm yönleriyle iletişim becerisi)*. Matsan Matbaacılık.
- Usluata, A. (1994). *İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Usta, A. (2009). “Medyatik eylemlerin sosyo-psikolojik etkisi”. *Medya ve Etik Sempozyumu Kitabı*, 473-488.

- Ülkü, E. Ç. (2011). *Kitle iletişim araçlarının öğrencilerin sınıf içi davranışlarına etkisi üzerine öğretmen görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Ünal, R. ve Şahin, M. (2018). Türkiye’de bölge radyoculuğu deneyimi: TRT Çukurova Radyosu örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29), 332-352.
- Valkenburg, P. & Cantor, J. (2000). *Children's likes and dislikes in entertainment programs*. New Jersey: Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Van den Bulck, J. Custers, K. & Nelissen, S. (2016). The child-effect in the new media environment: Challenges and opportunities for communication research. *Journal of Children and Media*, 10(1), 30-38.
- Vardarlier, P. ve Zafer, C. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.
- Wartella, E., & Robb, M. (2008). *Historical and recurring concerns about children's use of the mass media*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Rideout, V. Foehr, U. & Roberts, D. (2010). *Generation M2 (Media in the Lives of 8- to 18- Year Olds)*. Menlo ParkCalifornia: The Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Wei, R. (2007). Effects of playing violent videogames on Chinese adolescents pro-violence attitudes, attitudes toward others, and aggressive behavior. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(3), 371–380.
- Welch, D. (2004). Nazi propaganda and the Volksgemeinschaft: Constructing a people’s community. *Journal of contemporary history*, 39(2), 213-238.
- Wilson, B. Smith, S. Potter, W. Kunkel, D. Linz, D. Colvin, C. & Donnerstein, E. (2002). Violence in children's television programming: Assessing the risks. *Journal of Communication*, 52(1), 5-35.

- Wright, J. Huston, A. Murphy, K. Peters, M. Pi  n, M. Scantlin, R. & Kotler, J. (2001). The relations of early television viewing to school readiness and vocabulary of children from low-income families: The early window project. *Child Development*, 72(5), 1347-1366.
- Yardım, A. (2019). *Ortaokul   ğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin tutumları (Adıyaman ili   rneği)*. (Yayınlanmamış Y  ksek Lisans Tezi), Adıyaman   niversitesi Sosyal Bilimler Enstit  s  . Adıyaman.
- Yaylalı, H. (2018). T  rkiye'de radyo yayıncılığı. *İstanbul Aydın   niversitesi Dergisi*, 10(1), 33-50.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma y  ntemleri*. Ankara: Se  kin.
- Yıldız, S. (2007). Su  ta ara   olarak internetin teknik ve hukuki y  nden incelenmesi. *Sel  uk   niversitesi Sosyal Bilimler Enstit  s   Dergisi*, (17), 609-623.
- Yoo, Y. (2017). Radio broadcasting as Nazi propagandistic tool. *International Journal of Culture and History*, (3), 68-71.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle iletişim kuram ve araştırmaları*. İzmir: Nam Basım Ltd.
- Yumrukuz,   . (2017). şiddete karşı duyarsızlaşma ve sosyal medya ilişkisi   zerine bir inceleme. *Marmara İletişim Dergisi*, (28), 89-106.
- Zorlu, Y. (2016). Medyadaki şiddet ve etkileri. *Humanities Sciences*, 11(1), 13-32.



EK-1

Öğretmen Görüşme Formu

1-Yönerge

Sayın öğretmenim, öncelikle hoş geldiniz demek istiyorum.

Ben Yunus DURU, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sosyal Bilgiler Eğitimi tezli yüksek lisans öğrencisiyim. Medyanın ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimine etkisine ilişkin bir çalışma yapmaktayım. Bu konuyla alakalı siz değerli öğretmenlerimizin görüşlerinden faydalanmak istiyorum. Bunun için çalışmada katılımcı olmayı kabul etmenizden dolayı size teşekkür ediyorum.

Bu görüşmede, sosyal bilgiler öğretmenlerinin medyanın ortaokul öğrencilerinin davranış eğilimlerine etkisi hakkında görüşlerinizi ve önerilerinizi almak istiyorum. Amacım medyanın öğrencilerinizin davranış eğilimlerine etkisini ortaya koymaya çalışmaktır. Bu sebeple benimle paylaşacağınız görüşler araştırmamızın amacına ulaşabilmesi için oldukça önemlidir. Sizden istirhamım vereceğiniz cevaplarda gerçek düşüncelerinizi yansıtmanızdır. Benimle paylaştığınız tüm görüşler bahsettiğim çalışmada kullanılacaktır. Kimlik bilgileriniz ise kesinlikle gizli tutulacaktır. Bu sebeple görüşmede size adınızla hitap etmeyeceğim.

Görüşmemiz izniniz dahilinde ses kayıt cihazına kaydedilecektir. Bunu onaylıyor musunuz?

Evet (...)

Hayır (...)

Başlamadan önce, söylediklerimle ilgili olarak belirtmek istediğiniz bir düşünce ya da sormak istediğiniz bir soru var mı?

Müsaadenizle sorulara başlamak istiyorum.

2-Kişisel Bilgi

Cinsiyet:

Yaş:

Mesleki Deneyim:

3-Görüşme Soruları

- 1) “Medya Ortam ve Araçları” kavramının sizde uyandırdığı çağrışımlar nelerdir? Medya dediğimde aklınıza neler geliyor? Benimle paylaşır mısınız?
- 2) Radyo, TV, internet, bilgisayar, gazete, telefon, vs. gibi araçlar bildiğiniz gibi medya adıyla anılmaktadır. Tüm bu araçları düşündüğümüzde; Öğrencileriniz sıklıkla hangi medya araçlarını kullanıyor? Bu konuda ki gözlemlerinizi ve deneyimlerinizi benimle paylaşabilir misiniz?
- 3) Öğrencilerinizin sıklıkla kullandığı medya araçları onları nasıl etkilemektedir? Bu konudaki gözlem ve deneyimlerinize ilgili neler söyleyebilirsiniz?
 - Olumlu etkiler
 - Olumsuz etkiler
- 4) İnsanlar giyim kuşam, düşünce tarzı, rol model alınan davranışlar, vs. gibi bazı konularda medyadan olumlu veya olumsuz etkilenmektedir. TV, bilgisayar, tablet, telefon vs. gibi medya araçlarında izlemiş olduğu dizi ve filmlerin, reklamların, vs. öğrencilerinizin davranışları üzerindeki etkileri hakkında neler söyleyebilirsiniz?
 - Olumlu etkiler
 - Olumsuz etkiler
 - Rol model alınan davranışlar
 - Giyim kuşama yansıyanlar
 - Düşünce tarzına yansıyanlar
 - Sosyal çevreye yansıyanlar
 - Diğer
- 5) Öğrencileriniz izledikleri filmlerdeki karakterlerin ve olay örgülerinin kurgulanmış olduğunun farkında mıdır yoksa onları gerçekmiş gibi mi algılamaktadır? Size yansıdığı kadarıyla, bu konuda neler söyleyebilirsiniz?

6) Cep telefonu, internet, bilgisayar, gibi medya araçlarının öğrencilerinizin davranışları üzerindeki etkileri hakkında neler söyleyebilirsiniz?

- Kullanım süresi
- Kullanım amacı
- Olumlu etkiler
- Olumsuz etkiler
- Davranışa yansımaları (taklit, bağımlılık, vs.)
- Eğitime yansımaları
- Arkadaşlık ilişkilerine yansımaları
- Aileden yansıyanlar

7) Sosyal medyanın öğrencilerinizin davranışları üzerindeki etkileri hakkında neler söyleyebilirsiniz?

- Kullanım durumu
- Kullanım amacı
- Olumlu etkiler
- Olumsuz etkiler
- Davranışa yansımaları
- Eğitime yansımaları (akademik başarı, davranış, bilgi, değer, vs.).
- Öğretmenlerini takip durumu ve sınıfa yansımaları
- Akranlarını takip durumu ve sınıfa yansımaları

8) Gazete ve dergi gibi yazılı medyanın öğrencilerinizin davranışları üzerindeki etkileri hakkında neler söyleyebilirsiniz?

- Olumlu etkiler
- Olumsuz etkiler

9) Öğrencilerinizin sosyal bilgiler eğitimi sürecinde -sınıf içi ve sınıf dışı eğitim etkinliklerini düşündüğümüzde- hangi medya araçlarını (TV, radyo, bilgisayar, internet, gazete, dergi, vs.) kullanıyorsunuz ve sosyal bilgiler

derslerinizde kullanmış olduğunuz medya araçları öğrencilerinizin eğitime ilişkin tutum ve davranışlarını nasıl etkiliyor?

10) Öğrencilerinizin medyanın olumsuz etkilerinden korunması amacıyla, medyayı bilinçli kullanımlarına katkı sağlayıcı neler yapılabilir?

11) Konuyla ilgili ifade etmek istediğiniz başka neler olabilir?

Katılımınız için teşekkürler...



