



**Atıf için/Citation:** Cantürk, G. ve Yüksel, İ. (2020). Dijital medyanın ortaöğretim çağındaki gençlerin düşünme biçimleri üzerindeki etkileri. *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi*, 3(2), 222-243.

## Dijital Medyanın Ortaöğretim Çağındaki Gençlerin Düşünme Biçimleri Üzerindeki Etkileri\*

Gökhan CANTÜRK\*\*, İbrahim YÜKSEL\*\*\*

**Öz:** Günümüzde iletişim teknolojilerindeki gelişmeler dünyadaki farklı kültürlerin, farklı fikirlerin ve kimliklerin karşılaşma olasılığını her geçen gün daha da artırmaktadır. İnsanların sosyo-ekonomik düzeyleri, cinsiyetleri, eğitim düzeyleri vb. birçok faktör politik tercihleri üzerinde etkilidirler. Günümüz modern toplumlarında internet, cep telefonu ve bilgisayar gibi bilişim teknolojileri araçlarının yoğun bir şekilde kullanımının insanların düşünme biçimleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Özellikle gençlerin yeni teknolojileri kullanma ve onlarla çok zaman geçirmeleri gerçeğinden hareketle araştırmada dijital medyanın gençlerin düşünme biçimleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışma, öğrencilerin dijital medyanın ortaöğretim çağındaki gençlerin düşünme biçimleri üzerindeki etkilerinin belirlenmesi bakımından bir olgu bilim çalışması niteliği taşımaktadır. Çalışmaya Antalya ili Kepez ve Muratpaşa ilçelerindeki üç Anadolu Lisesinde öğrenim gören ve gönüllülükleri esas alınan öğrenciler katılmıştır. Nitel veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre gençlerin çok büyük bir kısmının sosyal medyanın dünya görüşlerini etkilediğini düşündükleri görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Politik düşünce, gençlik, dijital medya, yeni medya.

## Effects of Digital Media on Thinking Forms of High School Age Youth

**Abstract:** Today, the developments in communication technologies increase the possibility of encountering the different cultures, ideas and identities around the world each day. Many factors such as the socio-economic standards, genders, education levels etc. of people are effective on their political preferences. It can be said that in today's modern societies the intensive usage of communication technologies such as internet, mobile phones and computers is effective on the ways of thinking of young people. In this study, it was analyzed that the effects of digital media on the ways of thinking of young people by considering especially the reality of usage habits of youth in new technologies and spending much time with them. In the study it was used qualitative research method. It has a quality of phenomenological study in point of the effects of digital media on the ways of thinking of young people at secondary school age. The volunteer students attended to the study from three Anatolian high schools in two central districts called Kepez and Muratpaşa in Antalya. The semi-structured form was used as a qualitative data gathering tool. According to the result of the study, it is seen that a great majority of young people think social media affects their world views.

**Keywords:** Political thought, youth, digital media, new media.

\* Bu çalışma 12-14 Mart 2020 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen "Küresel Dönüşümler ve Farklılaşmalar Kongresi II: Dijitalleşme ve Dijital Toplumun Geleceği" kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Dr., Antalya/Kepez Karatay Anadolu Lisesi, ORCID:(0000-0002-5110-7639), e-posta:

[gcanturk2000@hotmail.com](mailto:gcanturk2000@hotmail.com)

\*\*\*Dr., Antalya/Kepez Atatürk Anadolu Lisesi, e-posta: [iyuksel56@hotmail.com](mailto:iyuksel56@hotmail.com)

## Giriş

İletişim teknolojilerinin kullanımıyla birlikte kültürler arası etkileşim ve yakınlaşma artmaktadır. İletişim araçlarının bu kadar etkin olarak kullanılmadığı dönemlerde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın farklı bölgelerde yaşayan insanlar tarafından duyulması için haftalar hatta aylar geçmekteydi. İletişim hızındaki bu yavaşlıktan dolayı olayın etkisi zaman içerisinde azalmaktaydı. İçinde bulunduğumuz çağda ise dünyanın herhangi bir yerinde yapılan bir açıklama birkaç dakika içinde herkes tarafından görülebilmektedir (Maalouf, 2009). Bu iletişim eskiden medya araçları üzerinden gerçekleşirken günümüzde bilişim teknolojileri araçları üzerinden ve ağırlıklı olarak sosyal medya üzerinden gerçekleşmektedir. Medya kelimesi Latince “medium” kelimesinden gelmekte olup "aradaki şey, araç" sözcüğünün çoğuludur (Oxford Dictionary and Thesaurus [ODT], 2009, s.576). Geleneksel olarak gazeteler, radyolar, televizyonlar ve dergiler için kullanılan bu kavram yakın zamanda internet için de kullanılmaya başlanmıştır (Business Dictionary, 2020). Sosyal kelimesi ise Latince “socius” kelimesinden gelmekte olup “arkadaş” veya “dost” anlamlarını taşımaktadır. Yine başka bir tanımda insan topluluklarını, beraber yaşayan insanları, birlikte bir şey yapan grupları tanımlamak içinde kullanılmaktadır (Collins English Dictionary [CED], 2016, s.762; Oxford Dictionary and Thesaurus [ODT], 2009, s.882).

Sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak yüksek düzeyde paylaşımın yapıldığı, çevrimiçi medyanın yeni bir türü olarak ortaya çıkmıştır (Mayfield, 2008). Geleneksel medya insanlara herhangi bir paylaşım ve etkileşim imkânı vermezken, sosyal medya ortamında kullanıcılar kendi içeriklerini oluşturabilmektedir. Sosyal paylaşım sayfası üzerinden insanlar fotoğraf veya videolar yükleyerek kendi sayfalarını hazırlayabilmektedir (Balcı ve Koçak, 2017). Gündelik hayatında yaptıkları her şeyi sosyal medya üzerinde paylaşan insanlar için internet araç değil amaç haline almaya başlamıştır. Tüm haber ve bilgi akışı internetten takip edilebilir bir hale gelmiştir. İnsanlar birbirlerini aramak yerine kişisel sayfalarına ileti bırakmaya başlamıştır. Bilgi ve iletişim teknolojisi dünyanın bir başka yerindeki insanlarla webcam sayesinde görüntülü konuşmaya imkân vermektedir. Alışveriş evden hiç çıkmadan sanal ortamda yapılabilmektedir. İçinde bulunduğumuz salgın dönemi düşünüldüğünde bu araçlarla uzaktan eğitim alınabilmektedir (Hamamcı, 2015). Bugün sosyal medya uygulamalarının kullanımı birçok insan için günlük hayatta gerekli bir hâl almaya başlamıştır (Masthi, Pruthvi ve Mallekavu, 2017). İnternet kullanma sıklığının artmasıyla birlikte buna paralel olarak sosyal medya kullanım sıklığı da artmaktadır. Hatta yakın gelecekte internet kullanımının önemli bir kısmının sosyal medya üzerinden gerçekleşeceği söylenebilir (Tektaş, 2014).

İnsanoğlunun iletişim olanaklarını kullanmaya başlamasıyla birlikte yaşam biçimi gelişmiş ve değişmiştir. Buna bağlı olarak bilgi edinme süreci ve içeriği değişime uğrayarak farklı bir boyut almıştır. Sosyal medyanın geleneksel medyanın yerini almasıyla birlikte bilgi kaynaklarına erişim için çeşitli seçenekler ortaya çıkmıştır. Ayrıca bilgiye ulaşma ve bunu kullanma sosyal medya aracılığıyla daha da kolay bir hale gelmiştir. Artık bireyler ama özellikle de gençler siyasi, sosyal, kültürel, ekonomik, sanatsal bilgileri, gündemi internet ve sosyal medyadan rahatlıkla takip edebilmektedirler. Bireyin eriştiği bilgiyi kavrayıp, o bilgidен yeni çıkarımlar yapıp bunu kendi yaşantısında uygulaması bir süreç olarak tanımlanabilir. Bu süreçte hayata bakış açısını ve dünya görüşünü şekillendirebilmektedir (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014). Sosyal medyanın insanları yönlendirebilen ve harekete geçirebilen bir etkiyi içinde barındırdığı söylenebilir. Sosyal medya, birçok alanda olduğu gibi son yıllarda siyasi alanda da etkisini giderek arttırmaktadır. Bireylerin siyasi gündeme ilişkin yorumlarında aktif olmalarına, fikirlerini daha kolay bir şekilde ifade etmelerine imkân sağlamaktadır. Özellikle mobil teknolojinin de gelişmesiyle birlikte bir olay ya da haber aynı anda birçok kişiye ulaşmaktadır. Bu haberler kişileri harekete geçirebilmektedir. Böylelikle mobil iletişimin siyasal bilgilenme ve davranışları şekillendirme açısından etkileme gücü her geçen gün artmaktadır (Asıgbulmuş 2017). Gençlerin

iletişim kurmak ve fikirlerini birbirleriyle paylaşmalarına imkân tanıyacak birçok farklı sosyal medya uygulamasını etkin bir şekilde kullanmaları ise onları etkilemeye yönelik çalışmalara zemin hazırlamıştır (Aktas, 2004).

Medyanın insanlar ve davranışları üzerinde doğrudan ve kontrol edici özelliği olduğu söylenebilir. Gündem Belirleme Teorisi, medyanın insanların ne düşüneceğini belirleme özelliğini açıklamaya çalışmaktadır. Medya bu özelliğiyle insanların düşünceleri üzerinde dikte edici olarak etkili olmaktadır. Aynı şekilde medyanın gençlerin hayatları ve gelişimleri üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri olmaktadır. Bu yüzden sosyal medya da gençleri etkilemede aynı potansiyele sahiptir (Lemish, 2013). İnsanlar dijital medya ortamında fotoğraf, video ve bilgi paylaşabileceği bir profil sayfası oluşturabilmektedirler. Bununla birlikte bireyler ortak ilgi alanlarıyla ilgili sosyal ağlarda sanal topluluklar oluşturabilmektedir. Bu ortamlarda ortak geçmiş, dünya görüşü, siyasi görüş gibi özelliklere sahip bireyler ortak bir amaç için örgütlenebilmektedirler (Filiz, Erol, Dönmez ve Kurt, 2014). Yirmi birinci yüzyılda dijital çağın ihtiyaçlarını karşılamak için hükümetler, yerel yönetimler, kamu kurumları, bankalar ve özel şirketler sosyal medya hesapları oluşturmakta ve bunları etkin olarak kullanmaktadır. Sosyal medya toplum davranışlarını etkilemek için kişiler ve kurumlar tarafından kullanılmaktadır (Kirschenbaum, 2004).

Bir kavram olarak “sosyal medya” bilgisayar, internet, akıllı cep telefonu ve diğer teknolojik gelişmeler ile sosyal hayatın tam ortasında yer almaya başlamış ve dolayısıyla da bilimsel araştırmaların konusu haline almıştır. Sosyal medya, bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerinin bir aracı olarak düşünüldüğünde etkileri açısından temas etmediği sosyokültürel bir konu başlığı kalmamaktadır. Ekonomik yapıdan, kültürel davranışlara kadar her alanda sosyal medyanın etkileri ele alınabilecek bir konu görünümündedir (Konuk, 2019). Babacan’a (2014) göre toplumsal hareketler internet ve sosyal medya araçlarıyla başkalaşmaktadır. Yeni iletişim biçimleri veya yeni medya olarak da tanımlanan (Facebook, instagram, twitter) gibi sosyal medya araçları; toplumu ve toplumsal davranışı etkilemekte ve dönüştürmektedir (Konuk, 2019).

Gençler zamanlarının büyük bir bölümünü sosyal medyayı kullanarak geçirmekteler ve hayatlarının geneline ve kişilik özelliklerini etkileyebilecek birçok şey okumaktadırlar. Bu yüzden sosyal medyanın gençlerin dünya görüşleri üzerinde çok etkili bir unsur olduğu söylenebilir. Bu ortamın kullanımı eski nesillerden farklı olarak kişiler arası etkileşimi dijital ortama taşımıştır. Devlet kurumları, farklı yapılarıdaki kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve hareketleri, özel sektör grupları ve onların programları, yasal veya yasal olmayan yapılar sosyal medya üzerinde yer almaktadır. Sayılan bu grupların hepsi veya daha fazlası gençlere kolaylıkla sosyal medya üzerinde ulaşabilmekte ve dünya görüşlerini etkileyebilmektedir (Gacumo, 2018). 90’lı yıllardan sonra doğan gençler teknolojiyi ve sosyal medyayı hayatlarının bir parçası haline getirmiş durumdadır (Sheldon ve Byrant, 2016). Sosyal medya kullanımı bir şeylere ait olma hissi ve olduğundan farklı bir karakter sergileme isteğinden kaynaklanmaktadır (Nadkarni ve Hofmann 2012). Akıllı telefonun internet ile birlikte kullanımının insan hayatında etkili olmasıyla birlikte, bu alanda birçok araştırma yapılmaya başlanmıştır. Örneğin Gross, Juvonen ve Gable (2002) ile Hampton ve Wellman (2001) gibi araştırmacıların yaptıkları çalışmalar gençlerin çoğu zaman internette çevrimiçi olduklarını göstermektedir. Özellikle gençlerde akıllı telefon ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması bu uygulamaların gençler üzerindeki olası etkilerinin araştırılmasını önemli hâle getirmiştir.

### **Araştırmanın Amacı**

Günümüz modern toplumlarında internet, cep telefonu ve bilgisayar gibi bilişim teknolojileri araçlarının yoğun bir şekilde kullanımının insanların düşünme biçimleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Özellikle yeni teknolojileri kullanma ve onlarla çok zaman geçirmeleri

gerçeğinden hareketle çalışmada dijital medyanın gençlerin düşünme biçimleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Gençler ve siyasal katılım konusunda literatür incelendiğinde bu çalışmaların çok büyük bir kısmının üniversite gençliği üzerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Ortaöğretim gençliği üzerine ise yapılan çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Yapılan çalışmanın alandaki önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada dijital medyanın ortaöğretim öğrencilerinin güncel konulara ilgilerinin şekillenmesinde ve dünya görüşlerinin ortaya çıkmasında etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Ortaöğretim öğrencileri güncel konularla ilgili bilgi almak için hangi dijital araçları kullanmaktadırlar?
2. Ortaöğretim öğrencileri beğenerek aktif olarak hangi kişi veya kurumları takip etmektedirler?
3. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleri nedir?
4. Ortaöğretim öğrencilerinin dijital medyanın akranlarının düşüncelerini etkilemesi konusundaki düşünceleri nedir?

### Yöntem

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, çalışma grubu, verilerin cinsi ve kaynağı, veri toplama araçları ve araştırmada kullanılan istatistikler verilecektir.

#### Araştırmanın Modeli

Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Çalışma ortaöğretim öğrencilerinin dünya görüşlerinin şekillenmesinde sosyal medyanın etkisinin belirlenmesi bakımından bir olgu bilim çalışması niteliği taşımaktadır. Nitel veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Nitel çalışmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik durum örnekleme kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Çalışma amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik durum örnekleme kullanılmıştır. Antalya ilindeki üç farklı Anadolu lisesinde öğretmenlerle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu üç Anadolu Lisesi araştırma örnekleme için seçilirken, temel eğitimden ortaöğretime geçişteki öğrenci diploma başarı sıralaması ölçütü olarak alınmıştır. Bu ölçüte göre, ortaöğretime geçişte öğrenci başarı sonuçlarına göre Antalya il merkezindeki en üst, orta ve alt kategoride yer alan Anadolu Liseleri arasından seçim yapılmıştır. Çalışma üç farklı okulda öğrenim gören otuz lise öğrencisiyle yapılmıştır.

#### Çalışma Grubu

Aşağıda çalışma yapılan öğrenci grubuna ait demografik bilgiler tablo halinde verilmiştir.

Tablo 1  
Öğrencilere Ait Demografik Bilgiler

Kod Adı	Sınıf	Yaş	Cinsiyet
Ö16	9	15	Erkek
Ö17	9	15	Erkek
Ö18	9	14	Erkek
Ö19	9	15	Kız
Ö20	9	14	Kız
Ö11	10	16	Kız
Ö13	10	15	Kız
Ö14	10	17	Kız
Ö22	10	16	Erkek
Ö23	10	15	Kız
Ö25	10	16	Erkek
Ö3	10	15	Erkek
Ö10	11	17	Kız
Ö21	11	16	Erkek
Ö24	11	17	Erkek
Ö26	11	17	Kız
Ö27	11	16	Kız
Ö30	11	16	Erkek
Ö7	11	17	Kız
Ö8	11	17	Kız
Ö9	11	17	Erkek
Ö1	12	18	Erkek
Ö12	12	17	Erkek
Ö15	12	18	Erkek
Ö2	12	17	Erkek
Ö28	12	17	Kız
Ö29	12	18	Kız
Ö4	12	18	Kız
Ö5	12	18	Kız
Ö6	12	17	Erkek

### Veri Toplama Aracı

Çalışmanın nitel kısmında araştırmacı tarafından geliştirilen görüşme formu kullanılmıştır. Nitel görüşme formunun iç geçerliliğini sağlamak için görüşme formu iki uzmana verilmiş ve incelenmesi sağlanarak forma son şekli verilmiştir. Dört öğrenci ile pilot görüşme yapıldıktan sonra, soruların açık ve anlaşılır olup olmadığının, verilen cevapların sorulan soruların cevaplarını yansıtıp yansıtmadığının belirlenmesi amacıyla, görüşme ses kayıtları, bilgisayar ortamında oluşturulan görüşme döküm formu üzerinde yazılı biçime dönüştürülmüştür. Bir başka uzmandan, dökümleri inceleyerek sorulan soruların açık ve anlaşılır olup olmadığını, ele alınan konuyu kapsayıp kapsamadığını ve gerekli olan bilgileri sağlama olasılığını da düşünerek, kontrol etmesi istenmiştir. Bu çalışmanın sonunda, soru maddelerinin geçerliliği saptanmıştır. Nitel araştırmalarda iç geçerlilik, araştırmacının ölçmek istediği veriyi, kullandığı araç ya da yöntemle gerçekten ölçüp ölçemeyeceğine ilişkindir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

## Veri Toplama Süreci

Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış bir veri toplama formu kullanılmıştır. Araştırmacıyla katılımcıların karşılıklı etkileşimleri sağlanarak katılımcıların derinlemesine bilgi vermeleri için öğrencilerle kendi okullarında görüşülmüştür. Katılımcılarla yapılan görüşmeler en az beş en fazla on sekiz dakika sürmüştür. Yapılan bütün görüşmeler katılımcıların izniyle ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmıştır.

## Verilerin Analizi

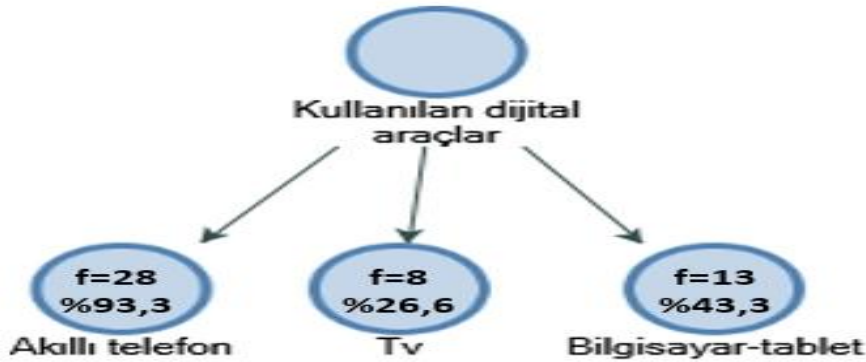
Elde edilen nitel verilerin analizinde, NVIVO 12 nitel araştırma programından yararlanılarak betimsel analiz ve içerik analizi teknikleri birlikte kullanılmıştır. Betimsel analiz aşamasında öncelikle araştırmanın kavramsal çerçevesinden ve araştırma sorularından yola çıkılarak veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuştur. Ayrıca görüşmecilerin anlatımlarına doğrudan yer verilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). İçerik analizi ile verilerin altında yatan kavramları ve aralarındaki ilişkileri ortaya çıkarabilmek için görüşme kayıtları dinlenerek satır satır elektronik ortama aktarılmıştır. Elde edilen bu metinler kodlanmış ve kodlar arasındaki ilişkilerden yola çıkarak sınıflandırma yapılmış ve temalar oluşturulmuştur (Creswell, 2017; Günbayi, 2019; Yıldırım ve Şimşek, 2011). Öğrenci görüşleriyle ilgili kodlamalar yapılırken, öğrenciyi simgeleyen “Ö” harfi ve sırasını belirten sayı kod olarak verilmiştir. Daha sonra araştırma sonuçlarından yola çıkarak analitik genelleme yapılmıştır (Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın, 2013). Araştırmayla ilgili bilişim teknolojileri alanındaki iki uzman Kappa katsayısını belirlemek için ayrı ayrı kodlama yapmışlardır. Daha sonra kodlamalar arası uyum gözden geçirilmiş ve .82 ile çok iyi düzeyde bulunmuştur.

## Bulgular

Bu bölümde araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucu elde edilen bulgular kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

### Güncel Konularla İlgili Bilgi Almak İçin Kullanılan Dijital Araçlar

Ortaöğretim çağındaki öğrencilerin güncel konularla ilgili bilgi almak için kullandıkları dijital araçlara ilişkin görüşleriyle ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



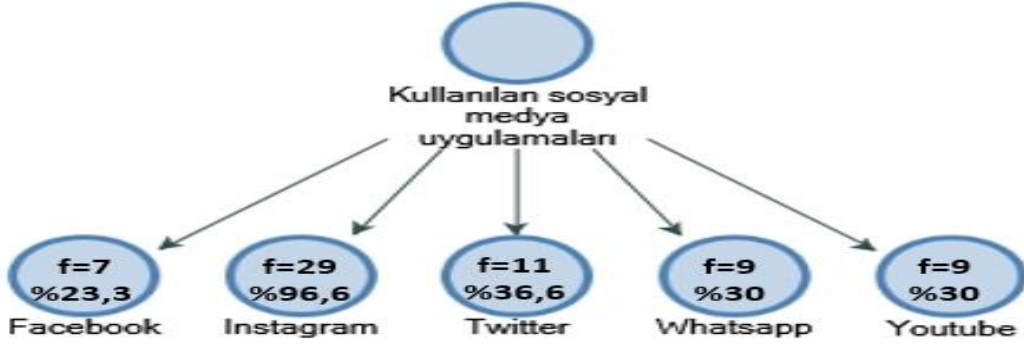
Şekil 1. Öğrencilerin güncel konularla ilgili bilgi almak için kullandıkları dijital araçlar

Şekil 1 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %93,3'ü akıllı telefonu dijital araçlar arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %43,3 ile Bilgisayar-tablet ve üçüncü sırada %26,6 ile Tv yer almaktadır. Katılımcı öğrencilerin bu konudaki görüşüne aşağıda yer verilmiştir:

“Telefon ve bilgisayar ama en çok telefon kullanıyorum” (Ö7).

“Tablet bazen bilgisayarı da kullanıyorum” (Ö12).

Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına ait şekil aşağıda verilmiştir.



Şekil 2. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamaları

Şekil 2 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %96,6'sı Instagram'ı sosyal medya uygulamaları arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %36,6 değerle Twitter, daha sonra %30'luk değerle Whatsapp ve Youtube, son sırada ise Facebook'u kullanmaktadır. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Ben instagram ı daha çok kullanıyorum” (Ö4).

“Twitter'ı kullanıyorum” (Ö7).

“İletişim için whatsapp kullanıyorum” (Ö5).

“Genelde youtube üzerinde tartışma programlarını takip ediyorum” (Ö2).

“Akrabalarımı takip etmek için facebook'u kullanıyorum” (Ö25).

Öğrencilerin sosyal medyaya günde ayırdıkları zamana ait şekil aşağıda verilmiştir.



Şekil 3. Öğrencilerin sosyal medyaya günde ayırdıkları zaman

Şekil 3 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %40'ı sosyal medyaya günde 3-5 saat zaman ayırmaktadır. Daha sonra %33,3'lük değerle 0-2 saat ikinci sırada yer almaktadır. Gençlerin %13,3'ü günde 6 saat ve üzeri sosyal medyada zaman geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

## Dijital Medyanın Ortaöğretim Çağındaki Gençlerin Düşünme Biçimleri Üzerindeki Etkileri

“Son sınıf olduğum için dershaneye gidiyorum. Bu yüzden genelde yatmadan birkaç saat önce sosyal medyada vakit geçiriyorum. Günde ortalama iki saati buluyordur” (Ö1).

“Kişisel ihtiyaçları dışında sürekli sosyal medya olduğumu söyleyebilirim. Yani ortalama günde dört saat vakit geçiriyorum” (Ö7).

“7/24 benim için kötü bir şey ama uyku ve okul hariç sürekli sosyal medyadayım hiç ders çalışmıyorum. Ortalama 10 saatin üstünde telefonla uğraşıyorum” (Ö11).

Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden yaptıklarıyla ilgili bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 4. Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden yaptıkları

Şekil 4 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençler %80’lik oranla ilk sırada sosyal medyayı takip amaçlı kullandıklarını ifade etmişlerdir. İkinci sırada %56,6’lık oranla sosyal medyada beğenide bulunmaktadırlar. Daha sonra %46,6 oranla paylaşım yapmaktadırlar. Dördüncü sırada %40’lık oranla sosyal medyada yorum yapmaktadırlar. En düşük %10’luk oranla arkadaşlarıyla sosyal medya üzerinden sohbet ettiklerini söylemişlerdir. Katılımcı öğrencilerin bu konudaki görüşüne aşağıda yer verilmiştir:

“Sosyal medya üzerinden daha çok gündemi ve arkadaşlarımı takip ederim”(Ö30).  
“Çoğunlukla beğeni yaparım” (Ö13).

“Paylaşım yapıyorum. Fotoğraflarımı ve videolarımı paylaşıyorum. Hoşuma giden başka şeyleri de paylaşıyorum” (Ö19).

“En son arkadaşım hikâye atmıştı Van’da çığ altında kalan insanlar olay için ona yorum yapmıştım” (Ö16).

“Arkadaşlarımla sohbet ediyorum” (Ö17).

Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarının etkinliği üzerindeki düşünceleriyle ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.





Şekil 5. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarının etkinliği

Şekil 5 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %53,3'ü Instagram'ı sosyal medya uygulamaları arasında en etkili uygulama olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Gençlerin %16,6'sı Twitter'ı, daha sonra %10'u ise Facebook'u en etkin uygulama olarak görmektedir. Dördüncü sırada %6,6'lık oranla Youtube, son sırada ise %3,3'lük değerle Whatsapp uygulamaları yer almaktadır. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Ben sadece Instagram kullanıyorum. Bu konuda gençler birbirini etkiliyor. Benim yaş grubum bu etkileşimden olsa gerek daha çok Instagram'ı kullanıyor”(Ö4).

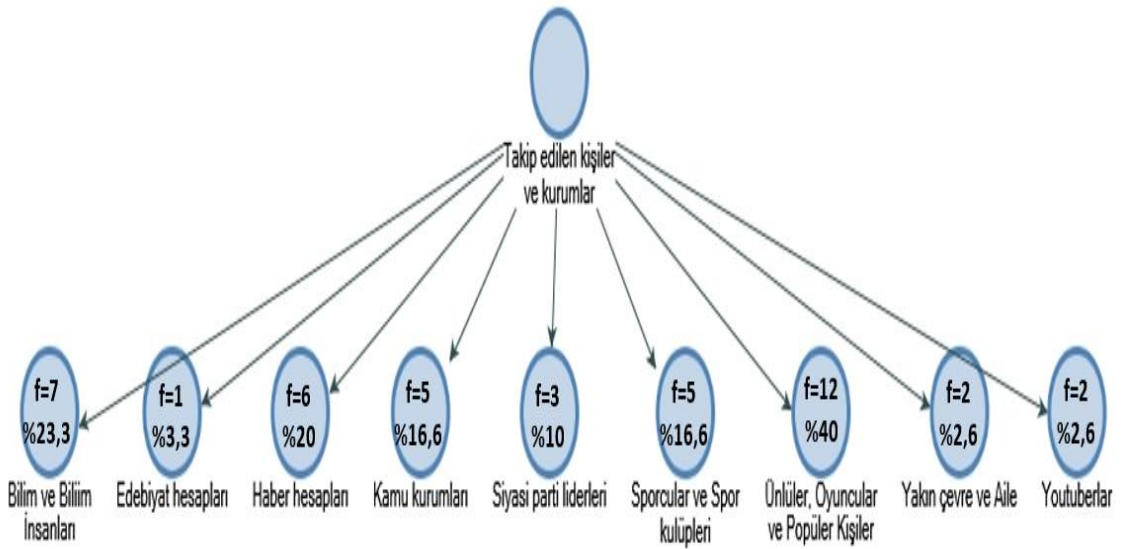
“Twitter haber takibinde etkili olarak kullanıyor diye düşünüyorum” (Ö5).

“Facebook' u sanırım daha ileriki yaşlar kullanıyor. Benim yaş grubumda doğru dürüst facebook kullanan yok. Facebook daha çok akrabaları takip ediyorum” (Ö17).

“Youtube dışında benim isteklerimi karşılayabilecek bir uygulama olduğunu düşünmüyorum. Diğer sosyal medya uygulamalarını da o yüzden çok fazla kullanmıyorum” (Ö2).

### Beğeni Sonrası Aktif Olarak Takip Edilen Kişi Veya Kurumlar

Öğrencilerin sosyal medyada kendilerini beğenip aktif olarak takip ettikleri kişi veya kurumlarla ilgili elde edilen bulgular aşağıda şekil olarak sunulmuştur.



Şekil 6. Öğrencilerin sosyal medyada beğenip aktif olarak takip ettikleri kişi veya kurumlar

Şekil 6 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %40'ı sosyal medya uygulamaları üzerinden ünlüleri, oyuncularını ve popüler kişileri ilk sırada takip etmektedir. İkinci sırada %23,3 oranla bilim ve bilim insanlarını takip edilmektedir. Daha sonra %20'lik oranla haber hesaplarının takip edildiği görülmektedir. 4. sırada kamu kurumları ile spor ve spor kulüpleri %16,6'lık değerle takip edilmektedir. 5. sırada %10'luk değerle siyasi partiler gelmektedir. 6. Sırada Youtuberlar ile yakın çevre ve aile %2,6'lık oranla takip edilmektedir. Son sırada %3,3'lük değerle edebiyat hesapları ortaöğretim çağındaki gençler tarafından takip edilmektedir. Katılımcı öğrencilerin bazılarının bu konudaki görüşlerine aşağıda doğrudan atıf yapılarak yer verilmiştir:

“Film ve dizi oyuncularını, müzisyenleri takip ediyorum” (Ö15).

“Youtube da takip ettiğim belli başlı kişiler var. Tıp alanında Oytun ERBAŞ var. Ayrıca İlber ORTAYLI ve Celal ŞENGÖR'ü takip ediyorum” (Ö2).

“Gündemden haberdar olmak için haber kanallarının hesaplarını takip ediyorum. Genel olarak ise bilgi almak için takip ediyorum” (Ö10).

“Türk silahlı kuvvetlerini Twitter üzerinden güncel haberleri almak için takip ediyorum Mesela İdlib operasyonu ile ilgili bilgileri buradan alıyorum” (Ö14).

“Genelde NBA'yi ve NBA yıldızlarını takip ediyorum” (Ö21).

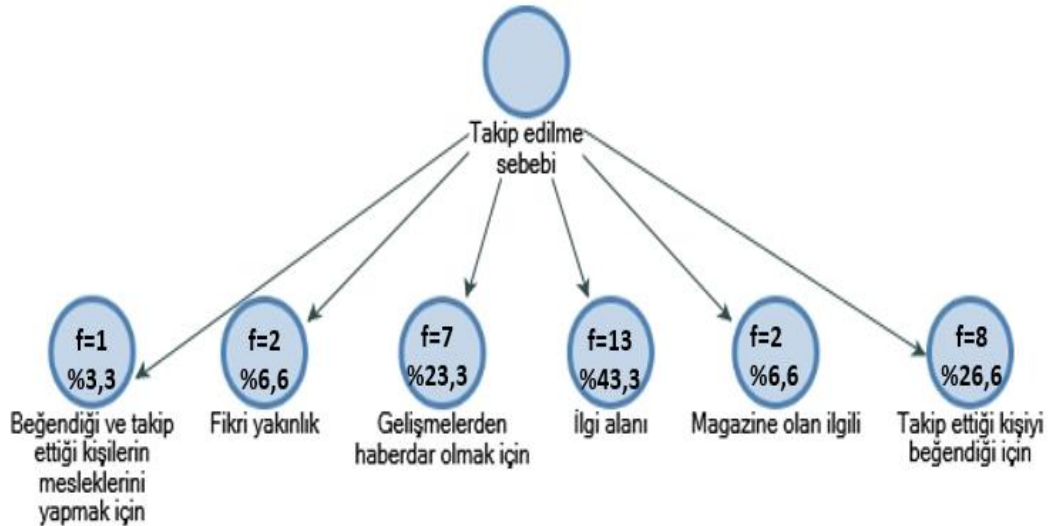
“Ben siyaseti yakından çok yakında takip ediyorum. Farklı partilerin başkanlarını takip ediyorum” (Ö17).

“Barış Özcan kesin bilgileri paylaşıyor. Mesela yerli arabamız (TOOG) ile ilgili olarak tasarımının İtalyanlara ait olduğu iddiasını ondan öğrendim. Ayrıca TESLA'da da Türk tasarımcılarının çalıştığını da anlatmıştı” (Ö18).

“Yakın çevremi ve ailemi takip ediyorum” (Ö12).

“Bana faydalı olduğu için kitap sayfalarını sıklıkla takip ediyorum” (Ö27).

Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını takip etme sebebiyle ilgili elde edilen bulgular aşağıda şekil olarak verilmiştir.



Şekil 7. Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını takip etme sebepleri

Şekil 7 incelendiğinde sosyal medya uygulamalarındaki hesapların takip edilme sebeplerinde ilk sırada %43,3'lük oranla ilgili alanı ilk sırada çıkmaktadır. İkinci sırada %26,6'lık

değerle takip ettiği kişiyi beğenme durumu yer almaktadır. Daha sonra üçüncü sırada %23,3'lük oranla gelişmelerden haberdar olmak için sosyal medya hesaplarını takip ettikleri ortaöğretim çağındaki gençler tarafından dile getirilmiştir. Dördüncü sırada %6,6'luk değerle fikri yakınlık ve magazine olan ilgi aynı oranda dile getirilmiştir. Ortaöğretim çağındaki gençler en son olarak %3,3'lük oranla beğendiği ve takip ettiği kişilerin mesleklerini yapmak için sosyal medya uygulamalarını kullandıklarını ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Teknolojiye ilgim olduğu için teknoloji hesaplarını takip ediyorum. Birde film izlemeyi sevdiğim için oyuncularını takip ediyorum” (Ö15).

“Yaşadığım şehirle ilgili bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı takip ediyorum” (Ö29).

“Kendi siyasi düşünceme yakın insanları takip ediyorum” (Ö1).

“F. Ü.’in kişiliği biraz değişik, dedikoducu falan onun için dikkatimi çekiyor ve onun için takip ediyorum. F.Ü. sosyal medya üzerinden D. A. ile falan kavga ediyor bunlar hoşuma gidiyor.” (Ö11).

“Oyuncu olmak istiyorum ve bu meslekle ilgili bir şeyler öğrenmek istiyorum. Soru cevap etkinlikleri oluyor. Onlara sorular soruyorum cevaplıyorlar. O şekilde bilgi alıyorum” (Ö10).

Takip edilen kişilerin ya da kurumların gençlerin düşüncelerini etkileme durumuyla ilgili öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular aşağıda şekil olarak sunulmuştur.



Şekil 8. Takip edilen kişilerin ya da kurumların gençlerin düşüncelerini etkileme durumu,

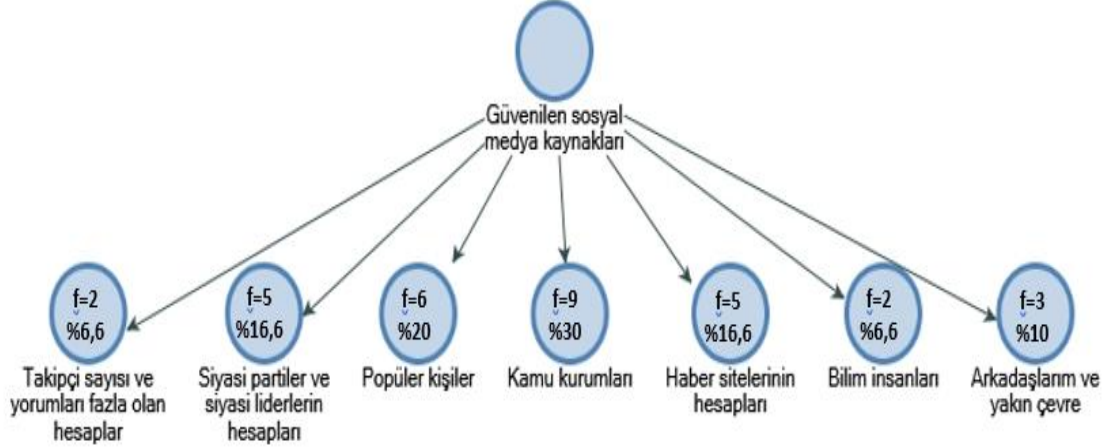
Şekil 8 incelendiğinde ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %73,3'ü sosyal medya uygulamalarında takip edilen kişilerin ya da kurumların kendi düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, %20'lik bir grupta etkilemediğini ifade etmiştir. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Takip ettiğim kişilerin paylaşımları beni etkiliyor. Giyim tarzları hoşuma gidiyor. Örneğin bazı ünlülerin salaş ve marjinal bir tarzı var. Bu benim hoşuma gidiyor. Onlara benzemek istiyorum” (Ö19).

“Çok etkilemiyor sonuçta aynı hayatı yaşamıyoruz. Onlar bende yaşça daha büyükler. Onların yaptığı şeyi ben yapmıyorum. Gece gezmeleri oluyor, defileye gidiyorlar. Ben burada öyle şeyler yapmıyorum. Yaşımda küçük zaten” (Ö5).

## Sosyal Medyadaki Paylaşımların Güvenirliği Hakkındaki Görüşler

Öğrencilerin güvendikleri sosyal medya kaynaklarıyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 9. Öğrencilerin güvendikleri sosyal medya kaynakları

Şekil 9 incelendiğinde güvenilen sosyal medya kaynakları arasında %30'luk oranla kamu kurumlarının hesapları birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %20'lik değerle haber sitelerinin hesaplarına güvendiklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %16,6'lık oranla bilim insanları ve popüler kişiler aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %10'luk değerle takipçi sayısı ve yorumları fazla olan hesaplar bulunmaktadır. Güvenilen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %6,6'lık değerle gençlerin arkadaşları ve yakın çevresi ile siyasi partiler ve siyasi liderlerin hesapları aynı oranda gelmektedir. Katılımcı öğrencilerin bazılarının bu konudaki görüşlerine aşağıda doğrudan atıf yapılarak yer verilmiştir.

“Genelde devlet kurumlarına güveniyorum. Sağlıkla ilgili sağlık bakanlığının hesaplarına bakarım. Eğitimle ilgili MEB'in hesaplarına bakarım. Çünkü diğer mecralarda yalan yanlış haberlerle karşılaşabiliyorsunuz” (Ö4).

“Haber sitelerinin hesaplarına, mavi tıklı onaylanmış hesaplara güvenirim” (Ö21).

“Bilim adamlarınca onaylanmış ortaya konmuş bir bilgiyse güvenirim” (Ö24).

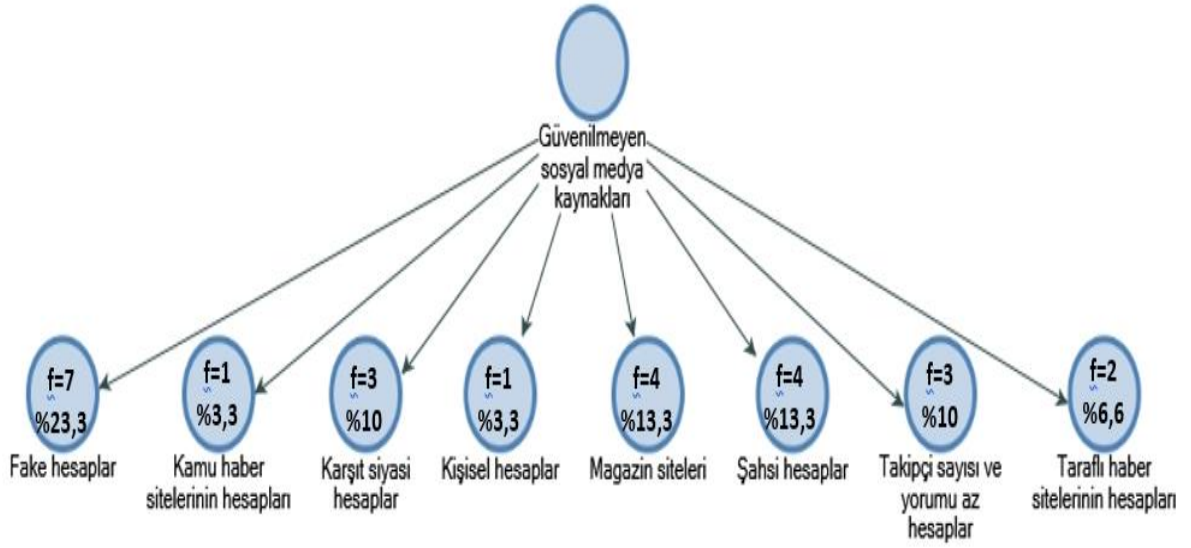
“Magazin kaynaklarını güvenilir buluyorum. Uçankuş sitesinin hesabına inanıyorum” (Ö11).

“Güvenirliğini takipçi sayısına bakarak anlamaya çalışıyorum. Bir ayakkabı veya kıyafet alacaksam. Onun ilk önce takipçi sayısına bakıyorum. Sonra yorumlarına bakıyorum. Yorumlar olumluysa oraya güvenebileceğimi düşünüyorum” (Ö8).

“Kendi düşünceme yakın insanları takip ettiğim için onların paylaşımlarını güvenli buluyorum ya da bana öyle geliyor” (Ö1).

“Arkadaşlarının paylaşımlarına güvenirim” (Ö3).

Öğrencilerin güvenmedikleri sosyal medya kaynaklarıyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 10. Öğrencilerin güvenmedikleri sosyal medya kaynakları

Şekil 10 incelendiğinde güvenilmeyen sosyal medya kaynakları arasında %23,3'lük oranla fake (sahte) hesaplar birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %13,3'lük değerle magazin sitelerinin hesaplarına ve şahsi hesaplara aynı oranda güvenmediklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %10'luk oranla karşıt siyasi hesaplar ile takipçi sayısı ve yorumu az olan hesaplar aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %6,67'lik değerle tarafli haber sitelerinin hesapları bulunmaktadır. Güvenilmeyen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %3,3'lük değerle kamu haber sitelerinin hesapları ve kişisel hesaplar aynı oranda gelmektedir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Bazı hesaplar fake oluyor. Takipçilerinden anlıyorum. Fotoğraflarından anlıyorum. Onlara güvenmiyorum” (Ö11).

“Şahsi hesaplara güvenmiyorum” (Ö12).

“Saçma sapan magazin hesapları var. Televizyonda olduğu gibi sürekli ortaya laf atan hesaplar var. Olmadık şeyleri paylaşıyorlar. Kaydırıp geçiyorum bunları” (Ö5).

“Mesela ben X partisine güvenmiyorum. Instagramdaki paylaşımlara güvenmiyorum” (Ö17).

“X kanallarına güvenmem. Bir partiye yakın yayın yapan hiç bir kanala güvenmem” (Ö12).

“Devletin kanallarına çok fazla güvenmiyorum” (Ö5).

“Kişisel sitelere pek güvenmem” (Ö29).

Öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleriyle ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



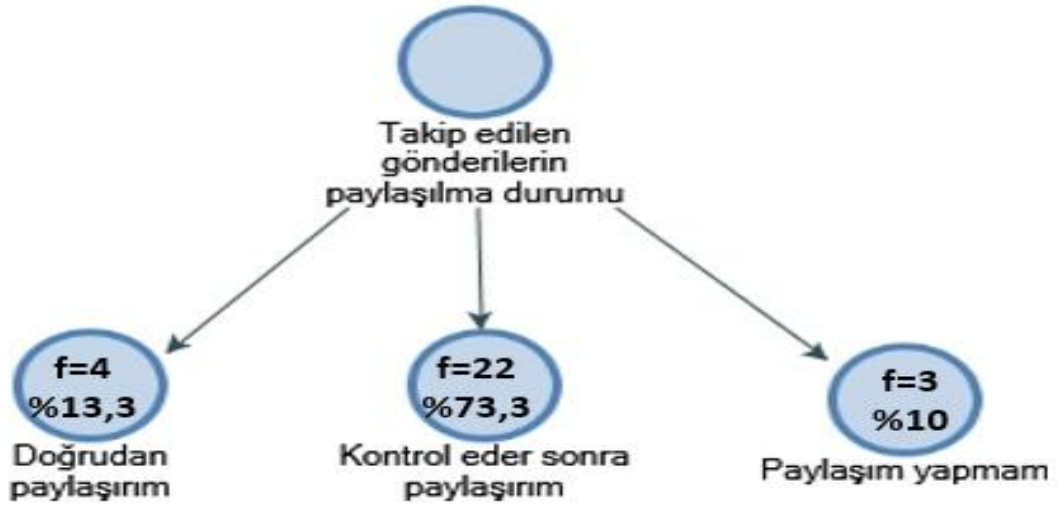
Şekil 11. Öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleri

Şekil 11 incelendiğinde ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %60'ı sosyal medyadaki paylaşımların güvenilmez olduğunu düşünürken, %6,6'lık bir grup da güvenilir olduğunu ifade etmiştir. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Güvenilir değil. Küçük bir resme her şeyi sığdıramazsın. Sosyal medya üzerinden insanlar aldatılabilir. Paylaşılan resim kadarını görebiliyorsun. Arka planda neler var bilemezsin. Mesela partideymiş gibi bir resim paylaşıyor ama aslında evde oturuyor o anda. Ne yaptığını bilemeyiz” (Ö7).

“Hesabı gizli değilse güvenilir” (Ö23).

Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden takip ettikleri gönderileri paylaşma durumuyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 12. Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden takip ettikleri gönderileri paylaşma durumu

Şekil 12 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %73,3'ü takip edilen gönderileri kontrol ettikten sonra paylaştıklarını ifade etmişlerdir. %13,3'lük bir öğrenci grubu kontrol etmeden doğrudan paylaşım yaptıklarını söylemişlerdir. Gençlerin %10'u paylaşım yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Bir haberin doğruluğunu teyit etmek için en az dört beş farklı siteye bakıyorum. Elazığ depreminde yarıyıl tatilinin ertelendiği haberini aldığımında birkaç siteden bakarak doğru olduğunu teyit etmişim” (Ö13).

“Çok önemsemiyorum. Paylaşır geçerim” (Ö7).

“Kolay kolay paylaşım yapmam” (Ö16).

### Gençlerin Dijital Medyanın Düşüncelerini Etkilemesi Hakkında Genel Yorumları

Öğrencilerin dijital medyanın gençlerin düşüncelerini etkileme konusundaki genel yorumlarıyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 13 Öğrencilerin dijital medyanın gençlerin düşüncelerini etkileme konusundaki genel yorumları

Şekil 13 incelendiğinde ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %93,3’ü dijital medyanın kendi yaş grubundaki gençlerin düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, konuyla ilgili fikir beyan eden hiçbir öğrenci etkilemediği yönünde yorum yapmamıştır. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Akranlarım sosyal medyadaki hayatı gerçek hayat sanıyor. Oradaki her şeye inanıyorlar. Sosyal medyadaki her şey süslü ve renkli ama gerçekte hiçbirinin hayatı öyle değil. Akranlarım takip ettiği kişilerin paylaşımlarından etkileniyor. Örneğin başarılı bir şarkıcı var. Onun giyimini, kuşamını, hayata bakış açısını, şarkı söylemesini davranışlarını her şeylerini taklit ediyorlar” (Ö14).

“Etkilediğini düşünüyorum. Örneğin son zamanlarda ortaya çıkan iki youtuber A. B. ve M. C. adamlar Türk diline daha önce hiç kullanılmayan kelimeler, konuşma biçimleri sokuyorlar. Bunlarda akranlarımın konuşmalarını, düşüncelerini etkiliyor” (Ö18).

“Akranlarım dijital ortama çok zaman ayırıyorlar ve burada yazılanlardan paylaşılanlardan etkileniyorlar. Ben etkilenmemeye çalışıyorum ama arkadaş ortamında onların fikirleri beni de ister istemez etkiliyor. Arkadaşlarımın bazıları sosyal medya paylaşımlarını çok abartıyorlar öyle ki utanmasalar tuvaletteki mahrem anlarını bile atacaklar. Arkadaşlarım gündemde olan siyasi tartışmaların çarpıtılarak haberleştirilmesinden etkileniyorlar. Elazığ depreminde Suriye uyruklu bir gencin depremzedelere yardım etmesi çok fazla sosyal medyada gündem olurken Azeri kardeşlerimizin yaptıkları gündeme fazla getirilmedi” (Ö24).

“Bence çok fazla etkiliyor. Sosyal medyada böyle sürekli karamsar bir tayfa var. Onları okuyup görünce depresyona giriyorlar ve bunun gibi paylaşımlar yapıyorlar. Günlük hayatlarını da etkiliyor. Siyasete pek girmek istemiyorum ama benim yaş grubum bu

konuda çok tartışma yapıyor kendi arasında. Mesela siyasi içerikli komik bir post paylaşıyor onun altında kavga oluşuyor. Tartışılan konu hakkında bilgi sahibi olmasa da o post çok beğeni aldığı için ona inanıyor. A partisini o konuda suçlayabiliyor bu şekilde. Ben hiç bulaşmıyorum o yüzden bu konulara. Çok saçma buluyorum” (Ö8).

### Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada ortaöğretim öğrencilerinin güncel konularla ilgili bilgi almak için kullandıkları dijital araçlar, sosyal medyada beğenip aktif olarak takip ettikleri kişi veya kurumlar, sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleri ve dijital medyanın düşüncelerini etkilemesi konusunda ortaöğretim öğrencilerinin genel görüşleri betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleriyle ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırma bulgularına göre ortaöğretim çağındaki gençlerin %93,3’ü akıllı telefonu dijital araçlar arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %43,3 ile bilgisayar-tablet ve üçüncü sırada %26,6 ile Tv yer almaktadır. Bu sonuç Onursoy’un (2018) üniversite gençliği üzerine yaptığı çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Çalışmada bilgiye ulaşmada akıllı telefon kullanıcıları ön sırada yer almaktadır. Gerek duyduklarında, bilgiye aktif olarak ulaşabilen ve bunu sürdürebilen ve bilgiyi değerlendirebilen bir genç kitle söz konusudur. Başka bir deyişle teknolojik araçlara gençlerin adaptasyonu yüksektir. Aynı şekilde Sağır ve Eraslan’ın (2019) araştırmasındaki katılımcıların %81,1’i sosyal medya uygulamalarını akıllı telefonlar üzerinden ilk sırada, ikinci sırada ise bilgisayar ve tablet üzerinden kullanmaktadır. Gençlerin akıllı telefonları tercih etmelerinin sebebi kullanım kolaylığıyla açıklanabilir. Kolay ve taşınabilir bir özelliğe sahip olan akıllı telefon, uygulamalarıyla bilgisayarda yapılabilir birçok işlemi yerine getirebilmektedir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %96,6’sı Instagram’ı sosyal medya uygulamaları arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %36,6 değerle Twitter, daha sonra %30’lük değerle Whatsapp ve Youtube, son sırada ise Facebook’u kullanmaktadır. WeAreSocial 2020 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri incelendiğinde Instagram reklam kitlesinin %65’i 18-34 yaş grubu arasındadır. 35-44 yaş üstü kullanıcı oranı ise %16’dır. Bu durum Facebook’un özellikle gençler arasında eski cazibesini kaybettiği ve Instagram’ın ön plana çıktığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca Sheldon ve Bryant (2016) yaptığı çalışmada instagram kullanıcılarının kendini popüler ve havalı (cool) hissettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Popülerliğin derecesi de kişinin sahip olduğu takipçi sayısı ile ölçülmektedir. Buna ek olarak sosyal medya gönderileriyle kişinin kendisini karşıdaki insanlara gerçekte olduğu gibi değil, arzu edilen imajı bırakacak şekilde tanıtmaya imkân verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %40’ı sosyal medyaya günde 3-5 saat zaman ayırmaktadır. Daha sonra %33,3’lük değerle 0-2 saat ikinci sırada yer almaktadır. Gençlerin %13,3’ü günde 6 saat ve üzeri sosyal medyada zaman geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Alakuş’un (2019) yılında yaptığı çalışmada katılımcıların %47’si günde ortalama 3-4 saatini sosyal medyada geçirdiğini belirtirken %25’i bu sürenin minimum 5 saat olduğunu ifade etmiştir. Günde ortalama iki saatini sosyal medyada geçiren katılımcıların sayısı %20’si iken, yalnızca 45 dakika- 1 saat arası sosyal medyada vakit geçiren katılımcı sayısı %7,5’tur. Ayrıca Sağbaş, Ballı ve Şen (2016), her üç gençten birinin günde en az 3 saatini sosyal medyada geçirdiğini ve internete giren gençlerin çok büyük bir kesiminin, sosyal medya kullanıcıları olduklarını ifade etmektedir. Sosyal medya uygulamalarına ayrılan vaktin artması ile gençler kolay bir şekilde dünyanın herhangi bir noktasındaki istedikleri bilgiye ulaşabilmekte, yeni arkadaşlıklar kurup bunları kısa sürede tüketmekte ve bunun sonucunda da sabırsız, çabuk sıkılan, tatmin duygusu olmayan birer yetişkin olmaktadır. Bu durum bir sonraki adımda gençlerin sosyal çevreleriyle bağlarını koparttığının



bir göstergesine dönüşmektedir. Gençlerin değer kaymasında sosyal ilişkilerden kopuş önemli bir bağlamdır. İnsani ilişkilerin zayıflaması bir sonraki süreçte sosyal etkileşimlerin kopmasına ve insanlar arasındaki iletişimin fiziksel karşılaşmalarda dahi gerçekleşmemesine neden olmaktadır. Sevgi, saygı, paylaşım vb. gibi birçok değer de bu etkileşimlerde yaşanan kopmalarla anlamlarını kaybetmeye başladığı görülmektedir (Sağır ve Eraslan, 2019).

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %80'lik oranı ilk sırada sosyal medyada takip yaptıklarını ifade etmişlerdir. İkinci sırada %56,6'lık oranla sosyal medyada beğeni yapmaktadırlar. Daha sonra %46,6 oranla paylaşım yapmaktadırlar. Dördüncü sırada %40'lık oranla sosyal medyada yorum yapmaktadırlar. Son sırada %10'luk oranla arkadaşlarıyla sosyal medya üzerinden sohbet ettiklerini söylemişlerdir. Sağır ve Eraslan (2019), sosyal medya uygulamalarında “takip, beğeni, paylaşım ve yorum” gibi özelliklerden yüksek oranda sayılara ulaşmanın gençlerin için önemli bir durum olduğunu ifade etmiştir. Gençler, sosyal medya hesaplarından içeriklerini paylaştıkça arkadaş çevrelerine ve topluma kendi varlıklarını kanıtlamaktadırlar (Alakuş, 2019). Bu durum, beğeni, yorum, paylaşım veya takip sayısı yüksek olan fotoğraflar ya da videoların gençlerin gündelik davranışlarını etkilediği şeklinde yorumlanabilir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %53,3'ü Instagram'ı sosyal medya uygulamaları arasında en etkili uygulama olarak gördüklerini belirtmişlerdir. İkinci sırada %16,6 değerle Twitter, daha sonra %10'luk Facebook'u en etkin uygulama olarak görülmektedir. Dördüncü sırada %6,62'lik değerle Youtube, son sırada ise %3,3'lük değerle Whatsapp yer almaktadır. Bu sonuç Türkoğlu'nun (2018) çalışmasındaki gençlerin sosyal medya uygulaması olarak Instagram etkin bir program olduğunu düşündüklerini bulgusuyla paralellik göstermektedir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %40'ı sosyal medya uygulamaları üzerinden ünlüleri, oyuncularını ve popüler kişileri ilk sırada takip etmektedir. İkinci sırada %23,3 oranla bilim ve bilim insanları takip edilmektedir. Daha sonra %20'lik oranla haber hesaplarının takip edildiği görülmektedir. 4. sırada kamu kurumları ile spor ve spor kulüpleri %16,6'lık değerle takip edilmektedir. 5. sırada %10'luk değerle siyasi partileri gelmektedir. 6. Sırada Youtuberlar ile yakın çevre ve aile %2,6'lık oranla takip edilmektedir. Son sırada %3,3'lük değerle edebiyat hesapları ortaöğretim çağındaki gençler tarafından takip edilmektedir. Bu sonuç, Hazar'ın (2011) Gazi Üniversitesinde yaptığı araştırmadaki, katılımcıların yüzde 47,2'sinin sosyal medyayı en çok bilgi edinmek için kullandığı ve yüzde 23 ile haberleşme izlediği bulgusuyla örtüşmektedir. Şener, Emre ve Akyıldız'ın (2015, s.93-94) yaptıkları çalışmada; katılımcıların sosyal ağlara bağlanmalarının temel amaçlarından birinin gündemi takip etme olarak tespit etmiştir. Kamiloğlu ve Yurttaş (2014, s.147) tarafından yapılan araştırma sonucunda elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin %70'i ihtiyaç duydukları bilgiyi kendi çabaları ile elde etmektedir. Yani eğitim sisteminden bu bilgiye ulaşamamaktadırlar. Gençler ihtiyaç duydukları bilgiye veya herhangi bir konuda edindikleri bilgilere %90 oranında internette ve %70 oranında Facebook'tan ulaşmaktadır. Bu sonuçlarda gençlerin internet ve sosyal medya kullanımıyla güncel haberleri, ünlü kişileri ve bilim insanlarını takip ettiği sonucuyla örtüşmektedir.

Sosyal medya uygulamalarındaki hesapların takip edilme sebeplerinde ilk sırada %43,3'lük oranla ilgi alanı ilk sırada çıkmaktadır. İkinci sırada %26,6'lık değerle takip ettiği kişiyi beğenme durumu yer almaktadır. Daha sonra üçüncü sırada %23,3'lük oranla gelişmelerden haberdar olmak için sosyal medya hesaplarını takip ettikleri ortaöğretim çağındaki gençler tarafından dile getirilmiştir. Dördüncü sırada %6,6'lık değerle fikri yakınlık ve magazine olan ilgi aynı oranda dile getirilmiştir. Son sırada %3,3'lük değerle beğendiği ve takip ettiği kişilerin mesleklerini yapmak için sosyal medya uygulamalarını kullandıklarını ortaöğretim çağındaki gençler ifade etmişlerdir. Bu sonuç 2013 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yapılan Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu'ndaki sosyal medya gençler için gündemi

takip etme/gündem yaratma (%51) anlamına geldiği bulgusuyla örtüşmektedir. Benzer şekilde Tarhan'ın (2014) yerel seçimleri öncesi üniversite gençliğinin sosyal medya kullanım motivasyonlarıyla ilgili yaptığı araştırmada; sırasıyla bilgi ve rehberlik arayışı, sosyal kaçış ve eğlence kavramları ortaya çıkmıştır. Yine lise öğrencileri üzerine yapılan başka bir çalışma da Facebook'u fonksiyonel olarak kullananlar daha çok, komik ve eğlenceli videolar paylaşırken toplumsal olaylara duyarlılık göstermektedirler. Buna karşın gençlerde, duygulara hitap eden konular, dini ve siyasi konular ise daha az talep görmektedir (Kamiloğlu ve Yurttaş 2014, s. 145). Bu sonuçların çalışmamızın sonuçlarıyla büyük oranda örtüştüğü görülmektedir.

Ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %73,3'ü sosyal medya uygulamalarında takip edilen kişilerin ya da kurumların kendi düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, %20'lik bir grupta etkilemediğini ifade etmiştir. Kamiloğlu ve Yurttaş'ın (2014) gerçekleştirdikleri çalışmada Facebook kullanma ile lise öğrencilerinin bilgi edinmesine kattığı değer ve kişisel gelişimlerine kattığı değerler arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Gençlerin hemen hemen yarısı Facebook'ta görüp etkilenerek bir sinemaya ve bir konsere gitmiştir. Ayrıca gençlerin %30-40 oranında Facebook'ta görüp bir müzik kursuna, spor faaliyetine, bilgisayar, tiyatro ve yabancı dil kursuna katıldığı gözlenmiştir. Daha pek çok sosyal, kültürel ve sanatsal aktiviteden gençler Facebook sayesinde haberdar olmaktadır. Bu sonuçlar da çalışmamızda ortaya çıkan büyük oranda sosyal medya görüşlerimi etkiliyor sonucuyla uyumlu olarak görünmektedir. Çağlar ve Asıgbulmuş'un (2017) yaptıkları çalışmada sosyal medyayı takip ile sosyal medyanın etkisi faktörü arasında pozitif yönlü yüksek ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. En yüksek ilişkinin bu iki faktör arasında olduğu görülmüştür. Buradan sosyal medyayı takip eden katılımcıların sosyal medyadan genel olarak etkilendiği şeklinde bir yorum yapılabilir. Sosyal medyanın yönlendiriciliği ile sosyal medyayı takip ve sosyal medyanın etkisi faktörleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, sosyal medyanın sosyal medya takipçilerini yönlendirdiği şeklinde yorumlanabilir.

Güvenilen sosyal medya kaynakları arasında %30'luk oranla kamu kurumlarının hesapları birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %20'lik değerle haber sitelerinin hesaplarına güvendiklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %16,6'lık oranla bilim insanları ve popüler kişiler aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %10'luk değerle takipçi sayısı ve yorumları fazla olan hesaplar bulunmaktadır. Güvenilen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %6,6'lık değerle gençlerin arkadaşları ve yakın çevresi ile siyasi partiler ve siyasi liderlerin hesapları aynı oranda gelmektedir. İnce ve Koçak 2017'in çalışmasında katılımcıların orta düzeye yakın ( $x=4.70$ ) sosyal medyaya güven duydukları sonucuna ulaşmışlardır.

Güvenilmeyen sosyal medya kaynakları arasında %23,3'lük oranla fake (sahte) hesaplar birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %13,3'lük değerle magazin sitelerinin hesaplarına ve şahsi hesaplara aynı oranda güvenmediklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %10'luk oranla karşıt siyasi hesaplar ile takipçi sayısı ve yorumu az olan hesaplar aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %6,67'lik değerle taraflı haber sitelerinin hesapları bulunmaktadır. Güvenilmeyen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %3,3'lük değerle kamu haber sitelerinin hesapları ve kişisel hesaplar aynı oranda gelmektedir. Gedik ve Çosar'ın (2020) yaptıkları araştırmada ortaokul öğrencileri sosyal medyayı zararlı, uygun olmayan içeriğe sahip bir alan, kötü bir ortam ve içi boş bilgilerin insanlara ulaştırıldığı uygulamalar olarak tanımlamıştır.

Ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %60'ı sosyal medya ki paylaşımların güvenilir olmadığını düşünürken, %6,6'lık bir grupta güvenilir olduğunu ifade etmiştir. Gyagri'nin 2016 yılında Gana'da yaptığı çalışmada siyasal bilgilendirme bağlamında sosyal medyanın en çok kullanılan iletişim aracı olduğu ancak sosyal medyanın sıklıkla kullanılmasına rağmen siyasal bilgilendirme konusunda güvenilir olmadığı ve kullanıcıların bu platformlarda paylaşılan siyasal bilgilere güvenmedikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Yine Jhonson ve Kaye'in (2019) (aktaran Bal

ve Delal 2019, s.129) yaptıkları çalışmada siyasal bilgilenme sürecinde incelenen dokuz geleneksel ve çevrimiçi kaynak arasında sosyal paylaşım siteleri en az güvenilir olarak bulunmuştur. Bu sonuç da sosyal medya uygulamalarının çalışmamızın sonuçlarıyla büyük oranda uyumlu gözükmektedir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %73,3'ü takip edilen gönderileri kontrol ettikten sonra paylaştıkları ifade etmişlerdir. %13,3'lük bir öğrenci grubu kontrol yapmadan doğrudan paylaşım yaptıklarını söylemişlerdir. Gençlerin %10'u paylaşım yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Demircan'ın (2015) yaptığı çalışmada; derinlemesine mülakat yapılan gençlerin aktif birer sosyal medya kullanıcısı oldukları ancak aktif olmalarına rağmen çeşitli nedenlerle çekimser davranarak gerçek düşüncelerini paylaşmama yönünde bir davranış geliştirdikleri tespit edilmiştir. Ertem ve Korhan'ın (2019) yaptıkları çalışmada; yüksek sayıda genç yetişkinin sosyal medyada gördükleri dış politika haberlerini doğruluk açısından kontrol ettiğini, ama neredeyse %60'ının bu kontrolü yine internet siteleri ve sosyal medya platformları üzerinden yaptığını ortaya koymaktadır. Onursoy'un (2018) üniversite gençliği üzerine yaptığı çalışmada gençlerin dijital araçları kullanma oranlarının yüksek olduğunu ancak teknolojik bilgiye yine de ulaşamayan, detaylı arama yapamayan, bilgi kaynağını kontrol etmeyen ve bilgiyi doğrulamayan bir azınlık mevcut olduğunu tespit etmiştir. Aynı şekilde katılımcıların yaklaşık dörtte biri de sahte haberi ya da bilgiyi bazen ya da hemen hemen hiç anlamadığını belirtmektedirler.

Ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %93,3'ü dijital medyanın kendi yaş grubundaki gençlerin düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, konuyla ilgili fikir beyan eden hiçbir öğrenci etkilemediği yönünde yorum yapmamıştır. Kamiloğlu ve Yurttaş'ın (2014) lise öğrencileri üzerine yaptıkları çalışma sonuçlarına göre; özellikle gençlerin sıklıkla kullandığı İnternet ve sosyal medya ortamları gençlerin yaşam tarzını ve iletişimin biçimini belirlemekte olduğu ortaya çıkmıştır. Gacumo (2018) yaptığı çalışmada, sosyal medyaya erişimin kolay olması ve birçok bilgiye bu ortamdan ulaşılabilirliği olmasından dolayı ortaöğretim çağındaki gençlerin birçoğu sosyal medya uygulamalarının akranlarının karar verme süreçlerinde ve düşünce yapıları üzerinde etkili olduğunu görüşünde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çağlar ve Asıgbulmuş'un (2017) yaptıkları çalışmada elde edilen bir diğer bulgu; Y kuşağının X kuşağına göre sosyal medyaya daha fazla meyilli olduğudur. X ve Y kuşaklarının sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığında, Y kuşağı X kuşağına göre sosyal medyayı daha fazla kullanmaktadır. Bu platformlarda bireylerin arkadaşları ya da siyasal aktörler tarafından paylaşılan siyasi içeriklerden de Y kuşağının X kuşağına göre daha fazla etkilendiği tespit edilmiştir. Siyasal içerikleri paylaşma konusunda da Y kuşağı X kuşağına göre daha aktiftir. Dolayısıyla sosyal medyayı daha aktif kullanan Y kuşağının X kuşağına oranla siyasal davranış ve tercihlerinde bu mecradan daha fazla etkilendiği şeklinde yorumlanabilir. Ertem ve Korhan'ın (2019) üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışma; Türkiye'deki genç yetişkinlerin yaklaşık %62'sinin dış politikaya dair düşüncelerini oluştururken sosyal medya paylaşımlarından etkilendiğini göstermektedir. Ankete cevap verenlerin en geniş kesimi (%47), sosyal medya paylaşımlarının ülkenin dış politika yapımı üzerinde kısmen de olsa etkili olduğuna, %17'si ise hiç etkili olmadığına inanmaktadır.

Araştırma sonucunda ortaöğretim çağındaki öğrencilerin sosyal medya uygulamalarına ayırdıkları zaman ve bu uygulamalar üzerinde gerçekleştirdikleri eylemler göz önüne alındığında teknoloji bağımlılığı noktasında sorunlar olduğu söylenebilir. Elde edilen bu bulgular, Yeşilay tarafından hazırlanan TBM (Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitim Programı) ve Antalya İl Milli Eğitim Müdürlüğüne hazırlanan "İhmal ve İstismara Karşı Yaşam Becerileri" projesi içerisinde yer alan 'Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Medya Kullanımı' başlıklı çalışmanın verileriyle benzerlik göstermektedir. Bu uygulamaların içeriğinin genişletilerek ve zenginleştirilerek özellikle ebeveynlere yönelik kısımlarının daha etkin bir şekilde uygulanmasının yararlı olacağı söylenebilir. Bu çalışma Antalya Merkez ilçeleri ile sınırlı nitel bir çalışma olduğu için farklı il ve ilçelerde daha fazla öğrenciye yönelik olarak bu tür çalışmaların yapılmasıyla resmin bütününe

görmek daha mümkün olabilecektir. Yeni medya uygulamalarının gençler üzerinde artan etkisi göz önüne alınarak, gençleri anlamak, onların İnternet ve sosyal medya ile ilişkilerini incelemek, onlarla daha etkin ve sağlıklı iletişim kurabilmek için sosyal medya ve internetin gençler üzerinde etkinliğinin derecesini, yönünü ve ağırlığını belirlenmesinin oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu konuda daha kapsamlı çalışmalara ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılabilir.

## Kaynaklar

- Alakuş, S. (2019). *Sosyal medyanın gençlerin marka tercihlerine etkisi: Özel okul öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Asıgbulmuş, H. (2017). *X ve Y kuşaklarının siyasal davranışında sosyal medyanın etkisi: Gaziosmanpaşa ilçesinde bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Aktas, H. (2004). *Bir siyasal iletişim aracı olarak İnternet*, Konya: Tablet Kitabevi.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.
- Balcı, Ş. ve Koçak M. C. (2017). *Sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma*. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı (s. 34-45).
- Bal, E. ve Delal, Ö., (2019). Siyasal bilgilenmede Twitter kullanımı üzerine panoramik bir değerlendirme. *Social Sciences (NWSASOS)*, 14(3), 118-132.
- Business Directory Online (2020). Business directory. Erişim adresi (11.04.2020): <http://www.businessdictionary.com/definition/media.html>
- Creswell, J. W. ve Clark, P. L. V. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. New York, NY: Sage Publications
- Collins English Dictionary (2016). Harper Collins Publishers: New York
- Çağlar, N. ve Asıgbulmuş, H. (2017). X ve Y kuşaklarının siyasal davranışında sosyal medyanın etkisi: Gaziosmanpaşa ilçesinde bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(4), 85-112.
- Demircan, B. (2017). Sosyal medyanın politik bir aradılığı sağlama potansiyeli, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1522-1532.
- Ertem, H. S. ve Korhan S. (2019). Sosyal medya ve dış politika ilişkisine yakından bakmak: Türkiye’de üniversiteli genç yetişkinler örneği, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(2), 215-233.
- Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F. İ. ve Kurt, A. A. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2), 28-17.
- Gacumo, R. J. (2018) *Rising social media trends and its effects on the opinions and beliefs on current social and political issues of specialized high school students*. Erişim adresi (11.03.2020): <https://www.researchgate.net/publication/335749790RisingSocialMediaTrendsandItsEffectsOntheOpinionsandBeliefsOnCurrentSocialandPoliticalIssuesofSpecializedHighSchoolStudents?channel=doi&linkId=5d790c90a6fdcc9961c0b3f3veshowFulltext=true>
- Gedik, H. ve Cosar, H. A. (2020). Perception of social media in secondary students. *International Education Studies*, 13(3), 6-17.
- Gross, E. F., Juvonen, J. ve Gable, S. L. (2002). Internet use and well-being in adolescence. *Journal of Social Issues*, 58(1), 75-90.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. ve Taşgın, S. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Şeşkin Yayıncılık.

- Günbayı, İ. (2019). *Nitel araştırmada veri analizi: Tema analizi, betimsel analiz, içerik analizi ve analitik genelleme*. Erişim adresi (03.02.2020): <http://www.nirvanasosyal.com/h-392-nitel-araştırmada-veri-analizi-tema-analizi-betimsel-analiz-icerik-analizi-ve-analitik-genelleme.html>
- Gyagri, C. Y. (2016). *Social media as a platform for political information: a survey of University of Ghana students*, Erişim adresi (01.02.2020): <http://ugspace.ug.edu.gh/bitstream/handle/123456789/22824/Social%20Media%20as%20a%20Platform%20for%20Political%20Information%20A%20Survey%20of%20University%20of%20Ghana%20Students%20-%20202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hamamcı, E. (2015). *Televizyon ve sosyal medya ilişkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Hampton, K. ve Wellman, B. (2001). Long distance community in the network society contact and support beyond netville. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 476-495.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı- bir alan çalışması, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Kamiloğlu, F. ve Yurttaş, Ö. U. (2014). Sosyal medyanın bilgi edinme ve kişisel gelişim sürecine katkısı ve lise öğrencileri üzerine bir alan çalışması, *GSÜ İletişim Dergisi*, 21, 129-150.
- Kirschenbaum, A. (2004). Generic sources of disaster communities: A social network approach. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 24(10/11), 94-129.
- Konuk, N. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada şiddet kavramına bakışları. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 9(3), 414-431.
- Lemish, D. (2013). *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. London: Routledge
- Maalouf, A. (2009). *Çivisi çıkmış dünya*. (Orçun Türkay, Çev.) İstanbul: YKY
- Masthi, N. N. R., Pruthvi, S. ve Mallekavu, P. (2017). A comparative study on social media addiction between public and private high school students of urban Bengaluru. *Journal of Psychiatry*, 18(2), 206-215.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media?* Erişim adresi (01.05.2019): [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)
- Nadkarni, A. ve Hofmann, S. G. (2012) Why do people use facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243-249.
- Onursoy, S. (2018). Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: Anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6(2), s.989-1013.
- Oxford Dictionary and Thesaurus* (2009). *Oxford dictionary and thesaurus*. OUP: Oxford.
- Sağbaşı, E. A., Ballı, S. ve Şen, F. (2016). Sosyal medya ve gençler üzerindeki etkileri. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 153-163.
- Sağır, A. ve Eraslan, H. (2019). Akıllı telefonların gençlerin gündelik hayatlarına etkisi: Türkiye’de üniversite gençliği örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 48-78.
- Sheldon, P ve Bryant, K (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age, *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97.
- Şener, G., Emre, P. Ö. ve Akyıldız, F. (2015). Türkiye’de sosyal medyanın siyasi katılımına etkileri, *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 21(83), 75- 98.

- T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı. (2013). *Gençlik ve sosyal medya araştırması*. Erişim adresi (01.03.2020): <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx>
- Tarhan, A. (2014). *The role of social media to political information*. 10th International Academic Conference, Vienna.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Journal of History School (JOHS)*, 7(17), 851-870.
- Türkoğlu, H. S. (2018). Sosyal medya üzerinden mahremiyet farkındalığı ve değişimin ölçülenmesine yönelik bir araştırma, *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 163-189.
- Ünal, S. (2017). Ağ toplumunun genç yurttaşları: Dijital sosyal ortamların siyasal temelde kullanımına yönelik karşıt yaklaşımlar. *International Journal of Human Sciences*. 14(3), 2510-2540.
- We Are Social 2020. (2020). *Dünya İnternet sosyal medya ve mobil kullanım istatistikleri*. Erişim adresi (05.02.2020): <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri>
- Yıldırım, A. ve Simsek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. baskı.) Ankara: Seçkin Yayınevi.