



ADİYAMAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
ISSN: 1308–9196 / e-ISSN:1308-7363

Yıl : 15 Sayı : 41 Ağustos 2022

Yayın Geliş Tarihi: 01.05.2022 Yayına Kabul Tarihi: 04.08.2022

DOI Numarası: <https://doi.org/10.14520/adyusbd.1111999>

Makale Türü: Araştırma Makalesi/ Research Article

Atıf/Citation: Kovancı, E & Yıldız Karakoç, D. (2022). Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Çevresel Farkındalık Kazanımı Üzerindeki Etkisi. *Adiyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (41), 393-428.


SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVRESEL FARKINDALIK KAZANIMI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ*


Ezgi KOVANCI Duygu YILDIZ KARAKOÇ*****

Öz

Küreselleşmenin hızlanmasıyla birlikte bilgiye erişim artmış ve bilgiye ulaşılabilirlik çok daha kolay hale gelmiştir. Bu süreçte sosyal etkileşimler ve sosyal medya kullanımı dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de oldukça yaygınlaşmıştır. Z kuşağı olarak tanımlanan nesil sosyal medya kullanımına büyük ilgi göstermekte, buradaki hareketlilik ve bilgi akışı onların bireysel tercihleri, kültürel normları, sosyal gelişimleri gibi konularda yönlendirici olmaktadır. Bir yandan sosyo-kültürel küreselleşmeyi yoğun biçimde yaşayan Z kuşağı, aynı zamanda küresel ve yerel-bölgesel çevre sorunları ve bu sorunların sonuçlarıyla karşılaşmaktadır. Çevre sorunlarıyla karşılaşan bireylerin çevresel farkındalıkları cinsiyet, yaş, yaşanılan yerin ölçüğü, gelir düzeyi, meslek gibi çeşitli parametrelere göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bununla birlikte şimdiki genç kuşağın bu sorunların farkında olması ve sorunların çözümüne yönelik tedbirler

* Araştırmada etik ilkelere uygunluk açısından Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna başvurulmuş ve 03/03/2021 tarihinde etik kurul onayı alınmıştır.

**  Dr. Öğr. Üyesi, Adiyaman Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümü, ekovanci@adiyaman.edu.tr

***  Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümü, yldzduygu10@gmail.com

alması, bilinçlenme konusunda öncül role bürünmeleri, kolektif eyleme geçebilme iradesini ortaya koymaları çevre sorunlarının çözümünde oldukça önemlidir. Gençlerin bunu sağlayabilecekleri mecralardan birisi aktif olarak kullandıkları sosyal medyadır. Sosyal medya uygulamalarında çevresel sürdürülebilirlikle ilgili fotoğraf, video ya da metin gibi bilgilere ve çevresel bilinç kazanmaya yönelik eğitimlere ve etkinliklere kolaylıkla ulaşabilen gençlerin çevresel farkındalıklarının artması beklenmektedir. Bu bağlamda Z kuşağı olarak adlandırılan ve şimdiki üniversite öğrencilerini oluşturan kesimin çevre bilincinin oluşturulması ve çevresel farkındalık kazanmasında ve/veya artırılmasında sosyal medya etkisinin araştırılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Farkındalık, Sosyal Medya, Üniversite Öğrencileri, Z Kuşağı.

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USE ON ENVIRONMENTAL AWARENESS RATING OF UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

With the acceleration of globalization, access to information has increased and accessibility to information has become much easier. In this process, social interactions and the use of social media have become widespread in Turkey as well as all over the world. The generation defined as the Z generation shows great interest in the use of social media, and the mobility and information flow here are guiding on issues such as their individual preferences, cultural norms, and social development. On the one hand, the Z generation, which experiences socio-cultural globalization intensively, also faces global and local-regional environmental problems and the consequences of these problems. Environmental awareness of individuals who encounter environmental problems can vary according to various parameters such as gender, age, scale of place of residence, income level and occupation. However, it is very important for the current young generation to be aware of these problems and to take measures to solve the problems, to take a leading role in raising awareness, and to demonstrate the will to take collective action in the solution of environmental problems. One of the channels where young people can achieve this is the social media they actively use. It is expected that the environmental awareness of young people, who can easily access information such as photographs, videos or texts related to environmental sustainability in social media applications, and trainings and activities aimed at raising environmental awareness, will increase. In this context, the subject of the study is to investigate the effect of social

media on the environmental awareness of university students called Z generation.

Key Words: *Environmental Awareness, Social Media, University Students, Z Generation.*

1. GİRİŞ

Günümüzde ekolojik bir krizin yaşandığı yadsınamaz bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde yaşanan ve milyonlarca kişinin sakat kalmasına ve hatta ölümüne neden olan çevresel felaketler hem insana hem çevreye zarar veren kirlilikler; zehirli atıklar, kimyasallar içeren gıdalar, sular; değişen iklim, çölleşen toprak, kıtlaşan su yeryüzünün ve yeryüzündeki bütün canlı ve cansızların içinde bulunduğu ekolojik krizi resmetmektedir. Bilim insanları dünyada 6. büyük kitlesel yok oluşun başladığını bilimsel verilerle açıklamaktadır (Elredge, 2001; Ceballos G., vd., Payne vd., 2016). Bu yok oluşu diğer yok oluşlardan ayıran en önemli farklılıklardan biri bunun baş failinin insan olmasıdır. Sanayi Devrimi sonrası değişen üretim ve tüketim örüntüleri, artan nüfus, yerleşim değişiklikleri doğanın dengesini ve kapasitesini bozarak doğaya büyük zararlar vermiştir. Doğa üzerindeki insan baskısının bu denli etkili olması bu çağın “antroposen çağ” olarak adlandırılmasına neden olmuştur (Crutzen, 2002: 23). Doğa üzerindeki antropojenik yükün ve sömürünün farkına varılması ve bu baskıyı azaltmak mümkünse ortadan kaldırmak için önlemlerin alınması yine insan türüne düşmektedir. Kaynakların sınırlı olduğunun anlaşılması, yaşanan çevre sorunlarının doğayla birlikte insanlara ve insanların yaşam kaynaklarına tehdit oluşturması paradigma değişikliğine neden olmuş ve “sürdürülebilirlik” kavramı çevre politikalarının merkezine yerleşmiştir. Doğal kaynakların akılcı kullanımını ve doğanın kendini yenileyebilme kapasitesine imkân vermeyi gerektiren sürdürülebilir çevre yönetimi çok aktörlü bir süreçtir. Bireylerden başlayıp, topluluklar, sivil toplum kuruluşları, iş dünyası, hükümetler ve devletlere kadar uzanan geniş bir yelpaze içindeki tüm aktörler çevre

sorunlarının çözümü ve sürdürülebilir çevre politikalarının benimsenmesinde önemli rollere sahiptir.

Bireylerin çevresel farkındalığa ve duyarlılığa sahip olması çevre koruma açısından ayrıca önemlidir zira devleti, kurumları, kuruluşları, örgütleri ya da şirketleri de yöneten bireylerdir. Erken yaşta bireylere işlenen çevre koruma güdüleri ileride alınacak kararların çevre lehine olması sonucunu doğurabilir. Bireyler çevre koruması için güçlü ve etkin bir kamuoyu oluşturabilir, çevrenin korunması için baskı oluşturabilirler. Her bir birey yapılacak faaliyetlerde daha dikkatli ve tedbirli davranarak çevre sorunlarının oluşmasına daha az neden olabilir. Çevreyle ilgili uyulması gereken kurallara daha kolay bir şekilde uyabilir, çevrenin korunmasını kendi sorumluluk alanında görebilir. Dolayısıyla bireylere çevre bilinci ve sorumluluğu kazandırılması, çevresel duyarlılıklarının ve farkındalıklarının geliştirilmesinde oldukça önemlidir. Bu kazanımların sağlanması için çevresel ahlaki sorumluluğun kabulüne, çevre eğitime ve bireylerin yeterli çevre bilincine ve farkındalığına yönelik çalışmalara özen gösterilmesi gerekmektedir. Bu çalışmalarda yararlanılacak etkin araçlardan birisi şüphesiz ki medyadır. Medya organları çevre sorunlarının görünürlüğünü artırarak bu sorunlardan herkesin haberdar olmasını sağlayabilir, çevrenin korunmasıyla ilgili yapılması gerekenlere ve bunları yapması gerekenlere dikkat çekebilir. Bu durum hükümetler, çevreyle ilgili kuruluşlar, şirketler gibi aktörleri daha çok sorumluluk baskısı altında bırakabilir. Medya ayrıca kamuoyunun çevresel farkındalığını artırma yönünde önemli bir potansiyele sahiptir.

Ana akım medya karşısında güçlenen sosyal medya mecrası sosyoloji literatüründe “Z kuşağı” olarak adlandırılan şuanki genç kuşakların oldukça yoğun olarak yer aldıkları ve aktif olarak kullandıkları, bilgi edindikleri, hak aradıkları, harekete geçmek için örgütlendikleri önemli bir yapıya kavuşmuştur. Bu mecradan çevresel farkındalık ve çevre bilinci oluşturma konusunda

yararlanmak önemli kazanımları beraberinde getirecektir. Bu düşünceyle çalışma sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin çevresel farkındalık kazanması üzerindeki etkisine odaklanmıştır. Çalışmada ilk olarak çalışmaya dair kavramsal arka plana ve literatür taramaya yer verilmiştir. Ardından çalışmanın metodolojisi kısmına değinilmiş, bu bölümde örneklem, verinin toplanması ve işlenmesi ile ilgili genel bilgiler sunulmuştur. Çalışmanın bulgular bölümü üç alt başlık altında incelenmekte olup ilk olarak sosyo-demografik veriler bağlamında çalışmada ortaya konan bulgular değerlendirilmiş, ikinci olarak internet ve sosyal medya kullanımına ilişkin sonuçlar ortaya konmuş ve son olarak sosyal medya kullanımı ve çevresel farkındalık kazanmaya ilişkin bulgularla çalışma tamamlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ARKA PLAN VE LİTERATÜR TARAMA

Sosyal bilimlerde çevre sosyolojisi ve çevre iletişimi kapsamında yer alan çevre ve medya arasındaki etkileşim çevre sorunlarının giderek artmasıyla birlikte daha önemli konuma gelmiştir. Literatürde çevrenin korunması ve çevresel farkındalık kazanılması için medyadan yararlanmak üzerine yapılan birçok çalışma bulunmaktadır (Hansen, 2011; Angelou, 2011; Taghavi vd., 2016; Dahlan, 2016; Jharotia, 2018). Son zamanlarda yapılan çalışmalara bakıldığında özellikle sosyal medyanın etkisini artırmasıyla medya organları içerisinde bu alanın çevre korunmasındaki etkisine önem verildiğini ifade edebiliriz. Diğer yandan medyanın çevre korumaya etkisine dair yapılan çalışmalarda çevrenin korunması için kamuoyunda olması gereken çevre bilinci, çevresel duyarlılık, çevresel sorumluluk, çevresel kaygı, çevresel farkındalık, ekolojik farkındalık gibi kimi farklı kavramların kullanıldığı görülmektedir. Bu kavramlar anlamca birbirine çok yakın olsa da hatta birbirlerinin yerine kullanılsa da arada bazı farkların olduğunu belirtmek ve bunların izahatını yapmak gerekmektedir. Çevre bilinci (environmental concscience), bireylerin çevre yanlısı davranışlarda

bulunma eğilimleriyle ilgili belirli psikolojik faktörlere atıfta bulunan bir inanç sisteminden oluşur (Zelezny ve Schultz, 2000, akt. Gericke vd. 2018: 3). Sharma ve Bansal (2013, akt. Gericke vd. 2018: 3) ise çevre bilincini, çevre dostu davranışla ilgili zihinsel bir durum olarak tanımlamıştır. Bilgi, tutum ve davranış yapılarından oluşan çevre bilincinde bu yapılar endişe, farkındalık, niyet, isteklilik gibi çeşitli alt kategorilere ayrılır. Bilgi, tutum ve davranış kategorileri tarafından temsil edilen psikolojik yapılar sonrasında her zaman çevre lehine tutum ve eylemlerin yönleriyle (örneğin, ekolojik tüketim) ilgili olan konularla ilişkilendirilmektedir (Gericke vd. 2018: 4). Bireylerin çevre bilincini şekillendirmek yaş, cinsiyet, meslek, gelir gibi çeşitli demografik kriterlerin önemli rol oynadığı, birçok etken tarafından biçimlendirilen karmaşık bir süreçtir. Çevre bilincinin gelişmesine etki eden faktörlerden biri olan çevresel farkındalık (environmental awareness) bir kişinin bir çevre sorunu hakkında bu sorunlara nasıl yanıt verileceğini de içeren bilgi ve algıya sahip olmasını gösterir (Ziadat, 2010: 136). Çevresel farkındalık yani bir çevre sorununu tanımlayabilme, açıklayabilme, sorunu önlemek ya da ortadan kaldırmak için gerekli tedbirlerle ilgili bilgiye ve algıya sahip olma durumu davranış değişikliğini de beraberinde getirmektedir. Çevresel farkındalığı “insanların içinde yaşadıkları çevrenin farkında olma, çevre hakkında bilgi sahibi olma ve bilinçli olma durumu” olarak tanımlayan Harju Autti ve Kokkinen (2014: 178) çevresel farkındalığı motivasyon, bilgi ve becerilerin bir kombinasyonu olarak ele alıp değerlendirmektedir (2014: 179-180). Çevresel farkındalığa sahip bireyler, dışsal bir fiziksel uyarıya karşılaştıklarında bazı eylemler için potansiyel olduğunu fark edebilirler. Dünya görüşleri ve değerleri çevre dostu eylemleri destekliyorsa, çevre dostu seçimler yapmak için *motive* olurlar. Bireylerin bilgi ve becerilerine ve mevcut hareket etme fırsatlarına göre bu *motivasyon* , çevreci eylemlerde kendini gösterebilir. Bu da çevrenin durumunun iyileşmesine yol açar[†]

[†] Bu konuya ilişkin olarak verilen bir örnek şöyle ifade açıklanmıştır: “Bir kişi sokakta

(Partanen-Hertell vd. 1999, akt. Harju Autti ve Kokkinen, 2014: 180). İnsanların çevreleri hakkında sahip olduğu *bilgi*, çevresel farkındalığın gelişiminin merkezinde yer alır. Bununla birlikte bilgi yeterli değildir; modern insanların sahip olduğu bilgi zararlı eylemleri yeterince engelleyemez. Bu nedenle çevreyi iyileştirecek şekilde hareket etme *becerisine* de ihtiyaç vardır (Worthy, 2008; Biel, 1999, akt. Harju Auitti ve Kokkinen, 2014: 180).

Çevresel farkındalık kavramı yerine kullanılan ekolojik farkındalık (ecological awareness) kavramı geniş anlamıyla “belirli bir tarihsel dönemde belirli sosyal gruplarda ortak olan, insan yaşamının ve gelişiminin bir yeri olarak çevre hakkında kabul görmüş fikirlerin, değerlerin ve görüşlerin bütünü” olarak literatürde tanımlanmıştır. Dar anlamıyla ise ekolojik farkındalık, “çevrenin kullanımını, korunmasını ve şekillendirilmesini yönetmek için yöntemler ve araçlar hakkında bilgi durumu dahil çevrenin insan yaşamındaki rolü, çevre üzerindeki antropojenik yük, sömürü seviyesi, çevreye yönelik tehditler ve çevrenin korunması hakkında insanların bilgi, görüş ve algılarının durumudur” (Poskrobko, 2007, akt. Wierzbinski vd., 2021: 2). Çevre bilinci ve çevresel farkındalıkla oldukça yakından ilişkili olan “çevresel duyarlılık” (environmental sensitivity) kavramı ise bireylerin ve toplumun çevre konularında ve çevre sorunları karşısında yapmaları gereken görevlerin bilincinde olmaları ve bu görevleri yerine getirebilme durumu olarak tanımlanabilir (Yeşil ve Turan, 2000: 419).

yürürken, çevresel farkındalığı olduğu varsayılırsa, sokakta bir çöp gördüğünde, çöpü alması aklına gelir. Sokağın daha temiz görünmesi için çöpleri toplama fikri onun dünya görüşü ve değerleriyle tamamen uyumludur. Bu nedenle o çöpü gerçekten toplamak ister. Ancak onu harekete geçme isteğini somut bir hale getirmek için yakınlarında bir çöp kutusunun da olması gerekecektir. Böyle bir durumda o birey çevrenin korunmasına katkıda bulunacak ve çevresel farkındalığını geliştirecektir” (Harju Auitti, 2013, akt., Harju-Auitti ve Kokkinen, 2014: 180).

Literatürde bireylerin çevresel farkındalığını ölçmek için birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda özellikle yaş, cinsiyet, meslek gibi demografik değişkenlere göre anlamlı farkların olup olmadığı incelenmiştir. Örneğin mesleklere göre çevresel farkındalığın ölçülmesine yönelik çalışmalara bakıldığında, Güven ve Aydoğdu (2012) tarafından yapılan çalışmada öncelikle çevresel farkındalık ölçeği geliştirilmiş, daha sonra ise bu ölçek fen bilgisi öğretmen adaylarına uygulanarak bu kişilerin çevresel farkındalıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmada fen bilgisi öğretmen adaylarının belirli bir farkındalık düzeyine sahip oldukları ancak bunun yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır. Doğan ve Puruçcuoğlu'nun (2017) yaptığı çalışma ise sosyal hizmet uzmanlarının çevresel farkındalık seviyeleri ile çevreye yönelik tutumlarını belirlemeyi amaçlamış, cinsiyet ve yaşa göre anlamlı farklılıkların olup olmadığını incelemiştir.

Çevresel farkındalığın tespitine yönelik çalışmalar arasında en çok ele alınan hedef kitlelerden biri üniversite öğrencileridir. Özdemir vd. (2004) tarafından yapılan çalışmada tıp fakültesi öğrencilerinin çevre sorunları konusundaki farkındalık ve duyarlılıkları saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda çevre sorunlarının farkında olması gereken bir kesimin yeterli farkındalığa ve duyarlılığa sahip olmadığı tespit edilmiştir. Sonuçları açısından önemli bulgular sunan Oğuz vd.'nin yaptıkları çalışma (2010) Ankara genelinde üniversitelerde müfredatları çevre odaklı olan peyzaj mimarlığı, şehir ve bölge planlama ve çevre mühendisliği bölümlerindeki öğrencilere uygulanmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin çevre ile ilgili pek çok ders almasına rağmen çevresel farkındalıklarının ve çevreye karşı duyarlılıklarının beklenenden daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Çevreye dair bilginin ve farkındalığın davranışları her zaman etkilemediği, yükseköğretimde çevre eğitimi için ulusal bir stratejiye ihtiyaç olduğu ve mevcut müfredatların etkinlik açısından yeniden gözden geçirilmesi gerektiği çalışmada ifade edilmiştir. Tunç vd. (2012) tarafından

yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin çevresel farkındalıkları ile aldıkları kişisel önlemler arasındaki ilişki ortaya konmuştur. Türkçe literatürde ekolojik farkındalık kavramı kullanılarak yapılan çalışmalara rastlanmaktadır. Örneğin; Çakmak ve Özkan'ın (2016) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin ekolojik farkındalıkları ile yeşil tüketim alışkanlıkları kapsamlı bir çalışmayla irdelenmiştir. Kocalar (2016) ise içerik analizi tekniğiyle yaptığı çalışmasında üniversite öğrencilerinin ekolojik farkındalığın artırılmasında milli parkların rolüne ilişkin görüşlerini araştırmıştır.

Üniversite öğrencilerinin çevre bilinci ve çevresel farkındalık kazanması, çevreyle ilgili sorunlarla ve bu sorunların nedenleri, alınacak önlemler, bu önlemlerin yeterliliği gibi konularda gerekli bilgiye sahip olmaları, bu bilinç ve farkındalığın çevre lehine davranışlarına sirayet etmesi çevrenin korunması ve kuşaklar arası adaletin sağlanması açısından oldukça önemlidir. Çevrenin korunması için yapılacak bilinçlendirme ve savunuculuk faaliyetleri birçok biçimde gerçekleştirilmektedir. Geniş kitlelere bu kazanımı aksettirecek araçlardan en önemlisi medyadır. Ana akım medya karşısında giderek güçlenen sosyal medya, özellikle çevreci sivil toplum kuruluşlarının ve çevreci aktivistlerin kullandığı aktif bir mecraya dönüşmüştür. Sosyal medya kanalları, kuruluşlara mesajlarını yaymak ve topluluklar oluşturmak için etkili yollar sağlamaktadır. Örneğin Facebook gibi siteler toplu karar vermeyi etkileyebilir ve teşvik edebilir. Birtakım yönlerden dezavantajlı durumda bulunan bazı çevre kuruluşları sosyal medyayla geniş kitlelere ulaşabilir, maliyet ve sansür engellerini aşabilir, potansiyel bağışçılar ve gönüllülerle ağ oluşturma fırsatını yakalayabilir (Carpenter vd., 2016: 4864-4865).

Sosyal medyada yayınlanan çevreyle ilgili haberler, eğitici ve bilgilendirici içerikler, uzman görüşleri, davaların durumu gibi birçok bilgiye buralardan kolayca ulaşılabilir. Yeni neslin akıllı telefonlarla rahatça eriştikleri ve yoğun

olarak kullandıkları sosyal medya uygulamaları gençlerin özellikle üniversite öğrencilerinin çevresel farkındalık kazanması için önemli bir araç olma potansiyeline sahiptir. Nitekim Carpenter vd. (2016: 4864) sosyal medya mesajlarının çevresel bilgi, tutum ve davranışları etkilemede enerji tasarrufu ya da sera gazı gibi çeşitli eğitim kampanyalarından daha etkili olduğu sonucuna varıldığını belirtmiştir. Gençler artık bilgiyi arayıp bulmak yerine sosyal medya uygulamalarında çevreyle ilgili bilgiler önlerine sürekli çıkmaktadır. Hamid vd. (2015) tarafından yapılan çalışmada sosyal medyanın yüksek öğretimdeki öğrencilere ve personele çevresel sürdürülebilirlik bilincini iletmek için bir araç olarak kullanılabilmesi ifade edilmektedir. Son yıllarda sosyal medyanın insanların sosyal etkileşimini ve iş birliğini desteklemek için sosyal alanda yaygın olarak kullanıldığına dikkat çeken çalışmada, Facebook, Twitter ya da bloglar gibi sosyal medya uygulamalarının bilgiyi daha geniş bir kitleye yaymanın yanı sıra hızlı ve etkili iletişimi kolaylaştırmak için en çok kullanılan araçlar olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle sosyal medyanın gücünün doğal çevrenin yararına daha fazla kullanılabilmesi, bu aracı da en etkin kullanacak kesimin başında yükseköğretim öğrencileri, öğretim elemanları ve yüksek öğretim personeli olduğu vurgulanmıştır.

3. METODOLOJİ

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının çevresel farkındalık oluşturma ve farkındalığı artırmadaki etkisini araştıran bu çalışma tanımlayıcı ve ilişki arayıcı bir araştırma niteliğindedir. Analiz yöntemi olarak bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişki saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın bağımsız değişkeni sosyal medya kullanımı iken bağımlı değişkenini çevresel farkındalık oluşturmaktadır. Araştırmada nicel yöntem tekniklerinden biri olan anket tekniğine başvurulmuştur. Yazarlar tarafından hazırlanan anket soruları her iki üniversitedeki öğretim üyelerinden oluşan bir uzman panosuna sunulmuş ve

gerekli yerler düzenlenmiştir. Anket soruları kapalı ve yarı kapalı uçlu sorular şeklinde tasarlanmış, ankette bir adet sıralama sorusu yer almıştır. Anketin bazı soruları için birden fazla şıkkın işaretlenmesine imkân tanınmış, işaretlenen seçenekler “1”, işaretlenmeyen seçenekler ise “0” olarak kaydedilmiştir.

Anketin ilk bölümünde sosyo-demografik sorulara yer verilmiş, ikinci ve üçüncü bölümde araştırmayla ilgili anket soruları yer almıştır. Anket için etik kurula başvurulmuş ve gerekli izinler alınmıştır. Katılımcılar pandemi dönemi olması nedeniyle anketi online ortamda yanıtlamışlardır. Anketin yanıtlanma aralığı Nisan 2021-Eylül 2021 tarihleri arasındadır ve süreç zarfında yeterli sayıda katılımcıya ulaşılmıştır. Toplanan verileri analiz etmek için SPSS sürüm Statistics 23 ve Microsoft Excel 2011 kullanılarak yapılmıştır. Verileri incelemek için tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır.

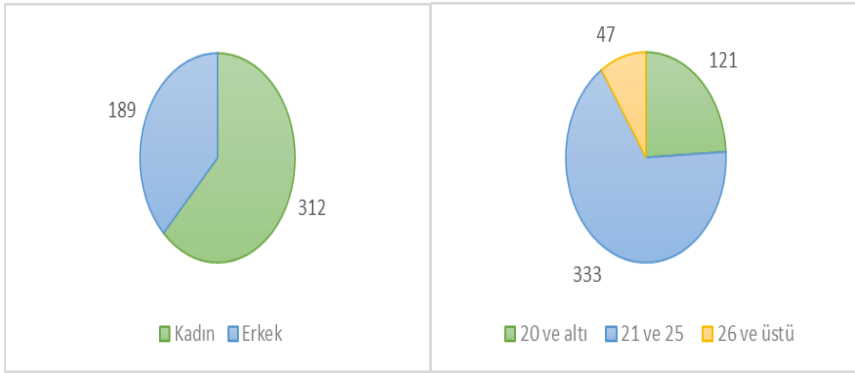
Anketin evrenini (anakütlesini) Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi ve Adıyaman Üniversitesinde öğrenim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak burada fakülteler çapında da değerlendirme yapabilmek amacıyla her iki üniversitenin ortak fakülteleri tespit edilmiş ve anket bu fakülteadaki öğrencilerle sınırlandırılmıştır. Bu fakülteler Eğitim Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Mühendislik Fakültesidir. Coğrafi yakınlıkta bulunan, kuruluş tarihi, öğrenci sayıları, akademisyen sayıları gibi açılardan birbirine benzeyen iki üniversitede birden çalışmayı yürütmenin temel nedeni daha fazla öğrenciye ulaşmaktır. YÖK Atlas’tan alınan güncellenmiş son verilere göre her iki üniversitede belirlenmiş fakültelerdeki toplam öğrenci sayılarına ulaşılmıştır. Adıyaman Üniversitesinde 5006 (2694 kız, 2312 erkek) öğrenci, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesinde ise 5742 (3465 kız, 2277 erkek) öğrenci bulunmaktadır. Her iki üniversitede örnekleme oluşturan toplam öğrenci sayısı 10748 (6159 kız, 4589 erkek) olarak hesaplanmıştır. Örnekleme yöntemi olarak tabakalı (zümrelere göre) örnekleme yöntemi seçilmiştir. Tabakalı örnekleme

yöntemi ana kütledeki birimler türdeş değilse, yani belirli kriterlere göre farklı alt gruplar varsa kullanılır (Karagöz, 2019: 310). Bu yöntemin seçilmesinin nedeni her iki üniversitede belirlenmiş fakültelerdeki öğrenci sayılarının homojen olmamasıdır. Örneklem yeter sayısı hesabı $n=N/(1+N*\alpha^2)$ formülü (Saracel vd., 2002:28) baz alınarak $10748/(1+1048*0,0025)= 386$ kişi olarak hesaplanmıştır. Anketin sonucunda ise 501 kişiye ulaşılarak yeterli örnekleme ulaşılmıştır. Tabakalı örnekleme yöntemine göre, Adıyaman Üniversitesi'nden 180 Öğrenci, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nden 206 öğrenciye ulaşılmaması gerekmektedir. Anket her iki üniversiteden de gerekli örneklem sayısından fazlasına (501 kişi) ulaşılarak kapatılmıştır. Öğrencilere ulaşmak için danışmanları ve ilgili öğretim üyeleriyle iletişime geçilmiş, gönüllü olan tüm öğrencilerin ankete katılımı istenmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Ankete İlişkin Demografik Sonuçlar

Araştırmanın bu bölümünde ankete yanıt verenlere ilişkin demografik verilerin analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında sorulan sorulara verilen yanıtlar değerlendirildiğinde yapılan cinsiyet dağılımında kız öğrencilerin yüzdesi erkek katılımcı yüzdesinin neredeyse 2 katına denk geldiği ifade edilebilir. Şekil 1'de görüldüğü üzere kız öğrenciler çalışmanın %62,3'lük (312 kişi) oranını oluşturmakta iken erkek öğrenci yüzdesi %37,7'ye (189 kişi) denk gelmektedir. Ankete katılan öğrenciler üç farklı yaş grubuna ayrılarak değerlendirilmiştir. 20 yaş ve altı olarak sınıflandırılan grupta bulunan öğrencilerin katılımcılarının %24,2'lik (47 kişi) kısmını oluştururken, ankete en yoğun şekilde yanıt veren öğrencilerin %66,5'lik (333 kişi) oranla 21-25 yaş arasında buldukları gözlemlenmektedir (Şekil 2). Dolayısıyla anketin en az %90'lık kısmının Z kuşağı tarafından yanıtlandığı söylenebilir.

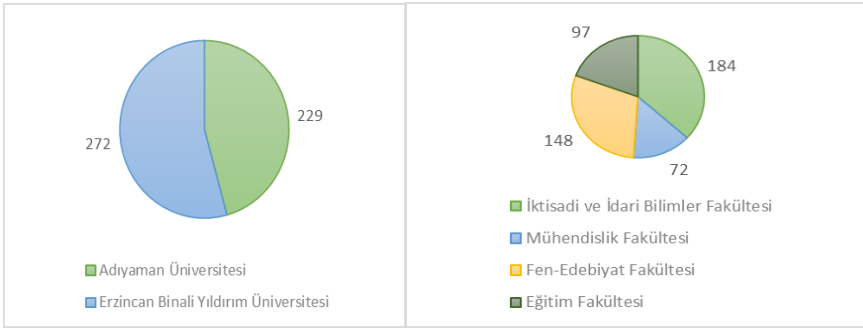


Şekil 1. Cinsiyet Dağılımı

Şekil 2. Yaş Dağılımı

Adıyaman Üniversitesi ve Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nden öğrencilerin katıldığı ankette yöneltilen sorulardan bir diğeri öğrencilerin ailelerinin hangi bölgede yaşadığı olmuştur. Yedi coğrafi bölgeye ayrılan yanıtlar incelendiğinde her iki üniversitenin bulunduğu coğrafi bölgelerde aile ikamet oranlarının en yüksek olduğu görülmüştür. Verilen yanıtlarda Adıyaman ilinin bulunduğu Güneydoğu Anadolu Bölgesi %35,3 (177 kişi) oranla ilk sırada, Erzincan ilinin bulunduğu Doğu Anadolu Bölgesi ise %34,9'luk (175 kişi) oranla ikinci sırada yer almıştır. Verilen yanıtlar incelendiğinde bölge sıralamasında en altta %3,4'lük oranla (17 kişi) Ege Bölgesi yer almaktadır. Yine benzer bir soruda öğrencilerin ailelerinin yaşadığı yer ölçekleri üzerinden sınıflandırma yapılmıştır. Çalışma neticesinde ortaya çıkan dağılıma göre %29,1 ile (146 kişi) aileleri Büyükşehirde yaşayanlar en yüksek orana sahiptir. Bu sıralamayı %25,9 (130) ile İl Belediyesi, %24 (120 kişi) ile Köy/ Mahalle takip ederken son sırada %21'lik (105 kişi) oranla İlçe Belediyesi yer almıştır.

İki üniversiteden katılan öğrenci dağılımlarına bakıldığında Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nden ankete katılan öğrenci oranı %54,3 (272 kişi) iken Adıyaman Üniversitesi'nden katılan öğrenci oranı %45,7'dir (229 kişi) (Şekil 3). Fakülte dağılımlarının verildiği Şekil 4'te görüleceği üzere en yüksek katılım %36,7 (184 kişi) ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden olmuştur. Sıralama %29,5 (148 kişi) ile Fen-Edebiyat Fakültesi, %19,4 (97 kişi) ile Eğitim Fakültesi ve %14,4 (72 kişi) ile Mühendislik Fakültesi şeklinde devam etmiştir.

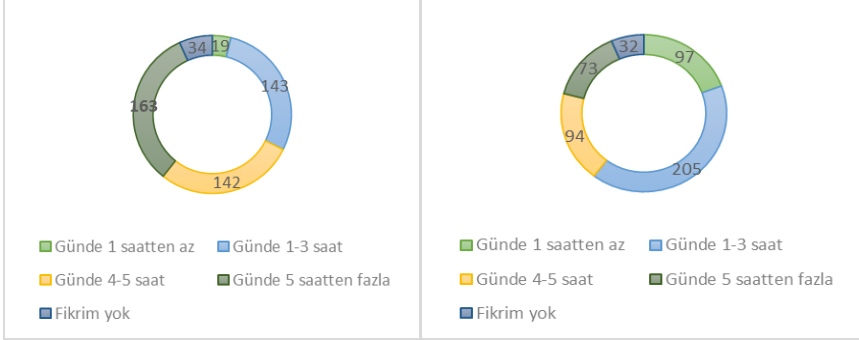


Şekil 3. Öğrenim Görülen Üniversite Şekil 4. Öğrenim Görülen Fakülte

4.2. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Sonuçlar

Yapılan ankette öğrencilere internet ve sosyal medya kullanımına ilişkin sorular yöneltilmiştir. Anketin ikinci bölümünde yer alan sorulardan ilki ankete katılan öğrencilerin internet kullanım sıklığını günde kaç saat olarak sınıflandıracakları olmuştur (Şekil 5). Verilen yanıtlar öğrencilerin %32,5 (163 kişi) oranında günde 5 saatten fazla internet kullandıklarını göstermektedir. Günde 1 saatten az internet kullanan öğrencilerin oranı ise %3,8 (19 kişi) ile en alt sırada yer almaktadır. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına bakıldığında (Şekil 6) günde 1-3 saat arası kullananların oranı %40 (205 kişi) ile en üst sırada yer alırken, fikir belirtmeyenler dışarıda tutulduğunda günde 5 saatten fazla

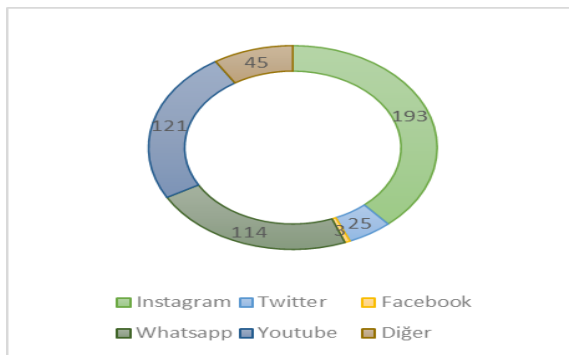
kullanıcıların oranı %14 (73) kişi ile en alt sırada yer almıştır. Günde 1 saatten fazla sosyal medya kullananların oranı ise %74'ü (372 kişi) bulmuştur.



Şekil 5. İnternet Kullanım Süresi

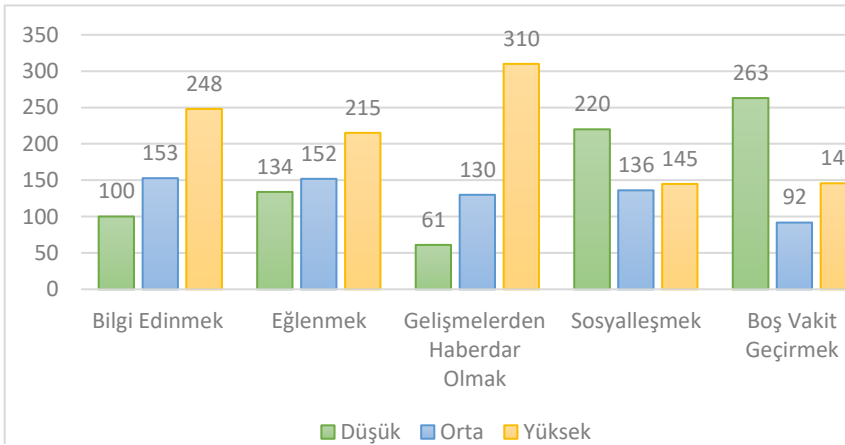
Şekil 6. Sosyal Medya Kullanım Süresi

Sosyal medya kullanımına ilişkin öğrenci eğilimini bulmayı amaçlayarak en sık hangi uygulamayı kullandıkları sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin %38'i (193 kişi) en sık kullandıkları uygulama olarak Instagramı seçmişlerdir. Sıralama Youtube, Whatsapp, Twitter ve diğer uygulamalar ile devam etmiş en az kullanılan uygulama %0,6 (3 kişi) ile Facebook olmuştur (Şekil 7). Bu durum gençler arasında Facebook uygulamasının geçerliliğini yitirmekte olduğunu buna karşılık Instagram, Twitter gibi uygulamaların daha çok rağbet gördüğünü ve bu uygulamalarda çevre ile ilgili yapılan paylaşımların/kampanyaların çok daha fazla gence ulaşabileceğini işaret etmektedir.



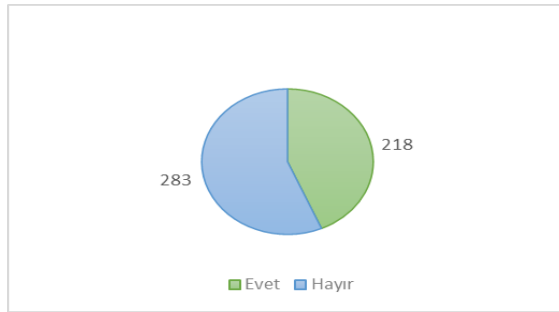
Şekil 7. En Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması

Sosyal medya kullanımına ilişkin sorulardan bir diğeri öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçlarını sınıflandırmak üzere sorulmuştur. Şekil 8’de ankete katılan öğrencilerin sosyal medyayı kullanım nedenleri derecelendirme ile düşük, orta ve yüksek olarak gösterilmektedir. Ankete katılan %61,9 (310 kişi) oranında öğrenci “yüksek” kategoride gelişmelerden haberdar olmak için sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medyayı kullanım amacı bilgi edinmek olan öğrenciler %49,5 oranıyla (248 kişi) ikinci sırada “yüksek” olarak kümelanmıştır. Sosyal medyayı kullanım amaçlarına göre sınıflandırılan öğrencilerden %52,5’i (263 kişi) sosyal medyayı kullanım amaçlarının boş vakitlerini geçirmek olmadığını belirtmiş ve bu seçenek “düşük” kategorisinde yer almıştır. Sosyal medya kullanım amacının sosyalleşmek olmadığını belirten öğrencilerin oranı boş vakitlerini geçirmek için sosyal medyayı kullanmadıklarını belirten katılımcılarla benzer bir şekilde sonuçlanmıştır. Boş vakitlerini geçirmek için sosyal medyayı kullanmadıklarını belirten katılımcı oranı %44 (220 kişi) ile ikinci “düşük” kategorisinde yer almıştır.



Şekil 8. Sosyal Medya Kullanım Nedenleri**4.3. Sosyal Medya Kullanımı ve Çevresel Farkındalık Kazanılması**

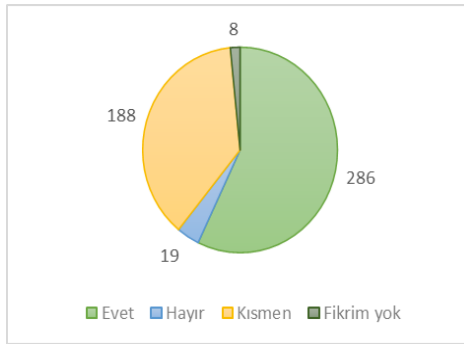
Çalışmanın asıl amacı günümüzde artan sosyal medya kullanımı ile öğrencilerin çevresel farkındalık kazanmaları arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmektir. Bu doğrultuda anketin üçüncü bölümünde öğrencilere çevre konusunda farkındalık düzeylerini ortaya çıkaracak sorular yöneltilmiştir. Sosyal medya kullanımının çevresel farkındalık kazanmalarına yönelik katkısını öğrenmek için yöneltilen sorulardan önce öğrencilere okudukları bölümde çevre ya da çevre politikası ile ilgili ders alıp almadıkları sorulmuştur. Öğrencilerin yüzde 60'a yakını (283 kişi) çevre politikası ile ilgili ders almadıklarını belirtirlerken, %43,5 oranında (218 kişi) öğrenci ankete evet yanıtını vermişlerdir (Şekil 9). Bu sorunun ankete konulmasının amacı çevre ile ilgili alınan bir eğitim faaliyetinin sosyal medya kullanımında çevresel farkındalık geliştirilmesine etki edip etmediğidir. Bu bağlamda demografik verilerle birlikte ileriki sorularda anlamlı bir farklılığın aranacağı ölçütlerden biri öğrencilerin çevre ile ilgili bir ders alıp almaması olmuştur.



Şekil 9. Okunulan Bölümde Çevre ya da Çevre Politikasıyla İlgili Ders Alınması

Öğrencilere yöneltilen sorulardan ilki çevre ile ilgili bilgileri hangi kaynaktan aldıklarına dairdir. Öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlara göre yapılan

değerlendirmede “çevre ile ilgili konularda en yoğun şekilde kullanılan haber alma kaynağınız hangisidir?” sorusuna katılımcı sayısının neredeyse yarısı (%40,9-205 kişi) sosyal medya yanıtını vermiştir. Öğrencilerin vermiş olduğu yüksek orandaki sosyal medya yanıtı çalışmanın amacına yönelik olarak öğrencilerin çevresel farkındalığının sosyal medya ile olan ilişkisini ölçmek bağlamında önemli bir sonuç niteliğindedir. Öğrencilerin çevre ile ilgili konularda en yoğun haber alma kaynağının sosyal medya olması, öğrencilerin bu haberleri okumaya yönelik ilgisi olup olmadığı sorusunu da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda öğrencilere “sosyal medyada çevre ile ilgili yapılan paylaşımlar dikkatinizi çekiyor mu?” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin bu soruya vermiş oldukları yanıt grafiksel olarak Şekil 10’da gösterilmektedir. Öğrencilerin yarısından fazlası (%57,1 -286 kişi) bu soruya evet yanıtını vererek sosyal medyanın çevre ile ilgili konularda ilgilerini çeken bir medya aracı olduğunu ifade etmişlerdir.

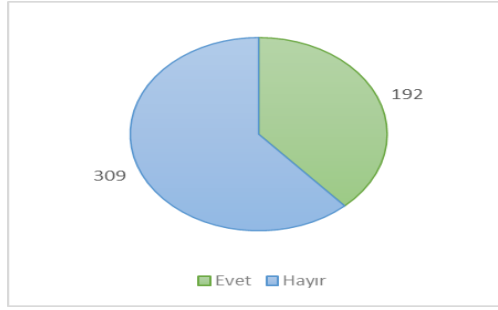


Şekil 10. Sosyal Medyada Çevre ile İlgili Yapılan Paylaşımlara Duyulan İlgi

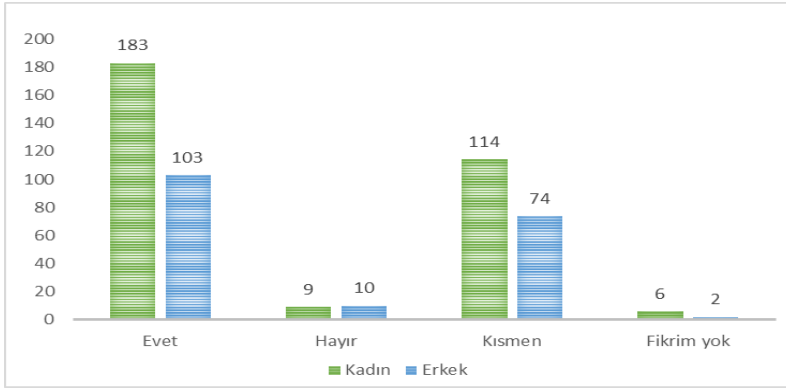
Öğrencilere çevre ile ilgili paylaşım yapan sayfaları takip edip etmedikleri ile ilgili yöneltilen soruda ise bir önceki soruda ortaya çıkan sonuca benzemeyen bir grafik ortaya çıkmıştır. Öğrenciler sosyal medyada çevre ile ilgili yapılan paylaşımlara büyük oranda ilgi duymalarına karşın çevre ile ilgili paylaşım yapan sayfaları büyük oranda takip etmediklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin %61,7’si

(309 kişi) bu soruya hayır yanıtını verirken %38,3'ü (192 kişi) evet yanıtını vermiştir (Şekil 11). Bu soruya evet yanıtını veren öğrencilerden açık uçlu soru şeklinde takip ettikleri sayfaları yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu TEMA, Greenpeace Türkiye, HAYTAP ve Çevre Mühendisi gibi sayfaları takip ettiklerini belirtmişlerdir.

Veriler dikkate alındığında, sosyal medyada çevre ile ilgili yapılan paylaşımları %42 oranıyla (106 kişi) takip ettiğini belirten kesimin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri olduğu görülmektedir. İkinci sırada Fen-Edebiyat Fakültesi gelirken Eğitim Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin sosyal medyada çevre ile ilgili paylaşımlara çok ilgili olmadıkları görülmektedir. Buradan yola çıkarak bakılan okuduğunuz bölümde çevre ya da çevre politikası ile ilgili bir ders aldınız mı sorusuna evet yanıtını veren öğrencilerin, sosyal medyada yapılan çevre ile ilgili paylaşımlara olan ilgilerinin %60 oranında seyrettiği görülmektedir. Diğer bir deyişle çevre ile ilgili bir ders alan öğrencilerin yarısından fazlası sosyal medyada da çevreye olan ilgilerini devam ettirmektedir. Sosyal medyada yapılan paylaşımlara olan ilgiye cinsiyet bağlamında bakıldığında, 297 kız öğrenci evet ve kısmen yanıtını vererek %60'a yakın bir oranda yer alırken erkeklerin sosyal medyada çevre ile ilgili paylaşımlara olan ilgisi 177 katılımcının evet ve kısmen yanıtıyla %30'larda kalmaktadır (Şekil 12). Sosyal medyada çevre ile ilgili paylaşımlara ilgi duyduğunu belirten kullanıcıların %60'a yakını Instagram ve Youtube uygulamalarını kullanmaktadır. Bu tespit ifadede geçen uygulamalar aracılığıyla çevre konusunda daha çok gence ulaşabileceğini göstermektedir.



Şekil 11. Çevre ile ilgili Paylaşım Yapan Sayfaları Takip Etme

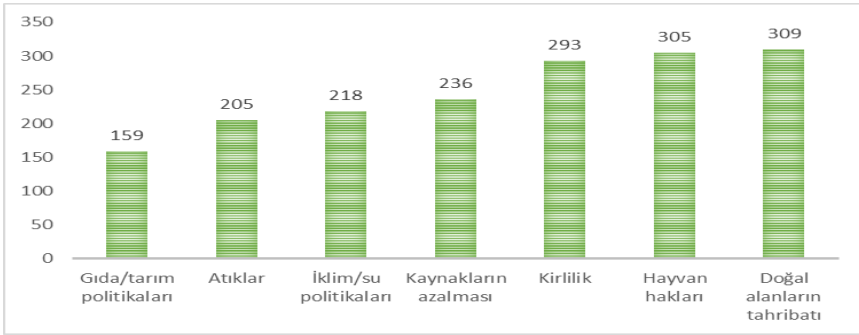


Şekil 12. Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Çevre Paylaşımına Olan İlgi

Katılımcıların “Sosyal medyadan takip ettiğiniz çevreyle ilgili sayfa/grup hangi alanda etkinlik göstermektedir?” sorusuna[‡] verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %62,3 (312 kişi) oranında katılımcının “Doğa koruma” seçeneğini tercih ettiği görülmektedir. Doğa koruma yanıtını takip eden yanıtlar ise şu şekildedir; hayvan hakları (52,7- 266 kişi), iklim ve su (%35,3- 178 kişi), atıklar (%27,1- 136 kişi), gıda ve tarım (%22- 111 kişi), akademik etkinlikler (%21,6- 110 kişi). Yukarıdaki soruyla ilişkili olarak ankette öğrencilere “Sosyal medya kullanımıyla birlikte çevre sorunları ile ilgili hangi konularda daha çok bilgi sahibi olduğunuzu

[‡] Bu soruda katılımcıların yanıtlayabilecekleri birden fazla cevap seçeneği olmasından dolayı yüzdelerin toplamı %100’den fazla çıkmaktadır.

düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir[§] (Şekil 13). Bu soruya verilen yanıtlar bir önceki soruya verilen yanıtlarla oransal olarak örtüşmektedir. Katılımcılara birden çok seçeneği işaretleme olanağı tanıyan soruya verilen yanıtlara bakıldığında en yüksek oranda seçilen yanıtın doğal alanların tahribatı olduğu görülmektedir (%61,7-309 kişi). Bu yanıtın sonra en çok tercih edilen yanıt ise hayvan hakları olmuştur (%60,9-305 kişi). Yanıtlar kirlilik, kaynakların azalması, iklim/su politikaları, atıklar ve son sırada gıda/tarım politikaları şeklinde sıralanmaktadır. Her iki soruda birbirini doğrular nitelikte sonuçlar ortaya koymuştur. En fazla doğa korumayla ilgili sayfa/paylaşımları takip eden katılımcılar yine sosyal medyadan en fazla bu alanla ilgili bilgi edindiklerini dile getirmişlerdir. Keza ikinci sırada hayvan haklarıyla ilgili sayfa/paylaşımları takip ettiğini belirten katılımcılar sosyal medyadan da hayvan haklarıyla ilgili bilgiler edindiklerini aktarmışlardır.



Şekil 13. Sosyal Medya Kullanımıyla Birlikte Hangi Alanlarda Bilgi Sahibi Oldukları

Ankette yer alan bir başka soru “Sosyal medyada çevresel farkındalık yaratmak isterseniz bunu hangi konuda yapmak isterdiniz?***” şeklindedir. Bu soruya verilen

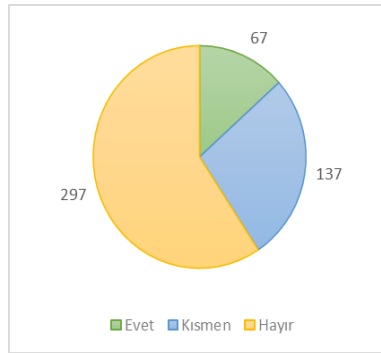
[§] Bu soruda katılımcıların yanıtlayabilecekleri birden fazla cevap seçeneği olmasından dolayı yüzdelerin toplamı %100’den fazla çıkmaktadır.

** Bu soruda katılımcıların yanıtlayabilecekleri birden fazla cevap seçeneği olmasından dolayı yüzdelerin toplamı %100’den fazla çıkmaktadır.

yanıtlarla yukarıdaki iki sorunun cevapları arasında şaşırtıcı olmayan benzerlik söz konusudur. Sosyal medyada çevresel farkındalık yaratılmak istenen konulara verilen cevaplar sırasıyla doğal alanların tahribatı, hayvan hakları, kirlilik, kaynakların azalması, iklim değişikliği, atıklar ve gıda/tarım politikaları olmuştur. Bu cevapları takiben diğer seçeneğini belirten katılımcıların oranı da %10'luk bir dilime denk gelmektedir. Katılımcıların diğer seçeneği altında verdikleri yanıtlar arasında dezavantajlı bireylere yönelik politikaların olması gerektiği, kadın hakları konusunda farkındalık yaratılması gerektiği şeklinde yanıtlar yer almaktadır. Yapılan analizlerde çevresel farkındalık yaratmak istedikleri konu olarak hayvan hakları yanıtını veren katılımcıların %65'e yakınının kız öğrenciler olduğu görülmüştür. Erkeklerin ise %40'a yakın oranda kaynakların azalması konusunda farkındalık yaratmak kümesinde toplandığı görülmüştür. Katılımcıların her üç soruda da ilk olarak doğal alanlar ve bu alanların tahribatıyla ilgili yanıtı vermesinde anketin yapıldığı tarih itibarıyla Ege ve Akdeniz bölgesinde orman yangınlarının çıkması, Marmara denizinde görülen deniz salyası gibi haberlerin yaygın etkisi olduğu düşünülebilir. Ayrıca son dönemlerde hayvanlara dair şiddetin medya kanallarında yer alması ve Hayvanları Koruma Kanunu gibi düzenlemelerin gündeme gelmesi bu seçeneğin yüksek çıkmasını sağlamıştır. Bir sonraki en çok seçilen cevap olan iklim/su politikaları ise iklim değişikliğine dair yükselen farkındalığın işaretidir.

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soruda çevre ile ilgili herhangi bir kuruluşa üye olup olmadıklarıdır. Tamamı öğrencilerden oluşan katılımcıların %70'e (345 kişi) yakını hayır yanıtını vermiştir. Öğrencilerin %17,4'ü (87 kişi) takip eden yanıt olan "üye değilim ama olmayı düşünüyorum" seçeneğinde toplanmıştır. Öğrencilerin %6,8'i (34 kişi) üye olduklarını belirterek "evet" yanıtını, %6'sı (30 kişi) daha önce üye olduklarını ancak şu anda olmadıklarını belirten "daha önce

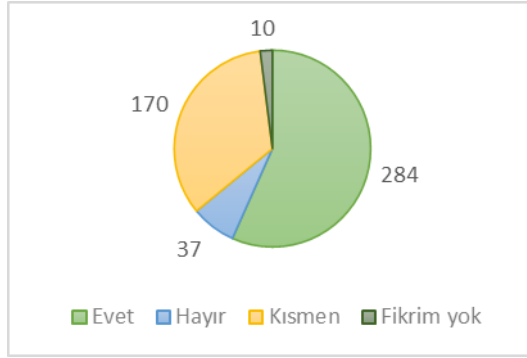
“üeydim” yanıtını işaretlemiştir. Soruya verilen yanıtların içerisinde en az yoğunlukta olan ise %1’lik (5 kişi) oranla “üye değilim ve olmayı düşünmüyorum” yanıtı olmuştur. Çevre ile ilgili herhangi bir kuruluşa üye olan kişilerin %70’inin çevre ile ilgili bir ders aldığı dikkati çekmektedir. Hemen akabinde “sosyal medya kullanımı sizi çevre ile ilgili herhangi bir kuruluşa üye olmaya teşvik etti mi?” sorusuna verilen yanıtlar Şekil 14’te gösterilmektedir. Katılımcıların %59,3’ü (297 kişi) hayır cevabını vermiştir. Kısmen teşvik ettiğini belirten katılımcıların oranı %27,3 (137 kişi) iken evet cevabını veren katılımcılar %13,4’lük (67 kişi) oranda kalmıştır. Sosyal medyada çevre ile ilgili paylaşım yapan sayfaları takip eden katılımcılar, çevre ile ilgili kuruluşlara üye olmaya teşvik olan katılımcıların %70’ini oluşturmaktadır.



Şekil 14. Sosyal Medyanın Kuruluş Üyeliğine Teşviki

“Sosyal medya kullanımının çevresel farkındalık kazandırmada önemli bir yöntem olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna öğrencilerin %56,7’si (284 kişi) evet yanıtını vermiştir. Kısmen yanıtını veren öğrenci oranı %33,9 (170 kişi) iken %7,4 oranda (37 kişi) öğrenci hayır yanıtını vermiştir (Şekil 15). Sosyal medya kullanımının çevresel farkındalık kazandırmada önemli bir yöntem olduğunu düşünenler içerisinde kız öğrencilerin oranı %60 (182 kişi) iken, erkek öğrencilerin oranı %53 (102) olarak ortaya çıkmıştır. Evet cevabını verenlerin yarıya yakını günde 1-3 saat arası sosyal medya kullananlardır. Günde 1

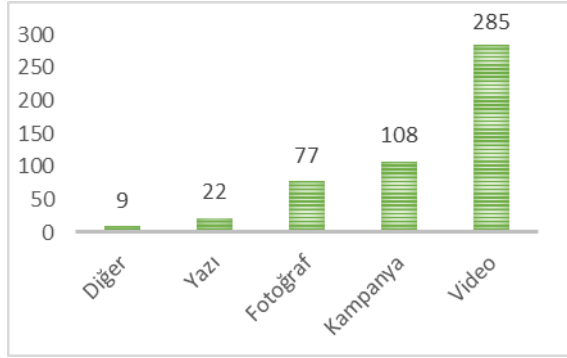
saatten az kullananlar ise evet cevabını verenlerin sadece %15'ini oluşturmaktadır. Bu soruya yakın nitelikte yer alan “çevresel farkındalığın oluşturulması/artırılmasında sosyal medyadan faydalanılması gerektiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna gelen evet yanıtı %75 civarına yükselirken, kısmen cevabını veren öğrenci sayısı %18 civarında seyretmiştir. Çevresel farkındalığın yaratılmasında sosyal medyadan faydalanılmasını gereksiz bulan katılımcıların oranı ise yok denecek kadar azdır (%2,4-12 kişi). Çevresel farkındalığın artırılmasında sosyal medyadan yararlanılması gerektiğini düşünmeyen katılımcıların, sosyal medya kullanım nedeni olarak boş zamanları değerlendirmek ve eğlenmek olan katılımcıların %80'inini oluşturduğu görülmüştür. Bilgi edinmek amacıyla sosyal medyayı kullanan katılımcıların çoğunluğu çevresel farkındalığın kazanılmasında sosyal medyadan yararlanılması gerektiğini düşünmektedir.



Şekil 15. Sosyal Medya Kullanımı ve Çevresel Farkındalık

Sosyal medya paylaşımlarında çevresel farkındalık yaratmak için en etkili yöntemin hangisi olduğunu düşündükleri ile ilgili sorulara verilen yanıtların yer aldığı Şekil 16 incelendiğinde yüksek oranda katılımcı %56,9 (285 kişi) video seçeneğini tercih etmiştir. İkinci yüksek oran (%21,6-108 kişi) sosyal medyada yapılan kampanyaların en etkili yöntem olduğunu düşünmektedir.

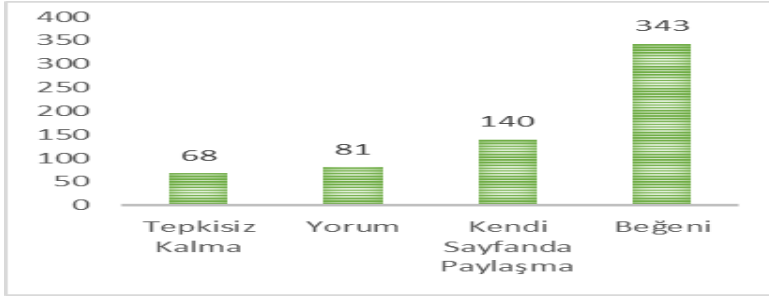
Soruya verilen yanıtları fotoğraf paylaşımları %15,4 (77 kişi), yazı paylaşımları ise %4,4 (22 kişi) izlemektedir. Soruya diğer yanıtını veren katılımcıların verdikleri yanıtlar arasında sosyal etkinliklerin paylaşılması, seminer paylaşımları yapılması yanıtları yer almaktadır.



Şekil 16. Çevresel Farkındalık Kazanmada En Etkili Yöntem

“Çevreyle ilgili yapılan paylaşımlara verdiğiniz tepki genelde ne şekilde olmaktadır?” sorusuna⁺⁺ verilen yanıtlara bakıldığında Şekil 17’de görüldüğü gibi “beğeni” seçeneğini işaretleyen katılımcılar en yüksek oranla (%68,5-343 kişi) ilk sırada yer almaktadır. Çevreyle ilgili yapılan paylaşımları kendi sayfalarında paylaştıklarını ifade eden katılımcılar %13,4 oranıyla (140 kişi) ikinci sıradadır. Paylaşımlara yorum yaparak aksiyon alan katılımcıların oranı %16,2 (81 kişi), tepkisiz kaldıklarını ifade edenlerin oranı ise %13,6’dır (68 kişi).

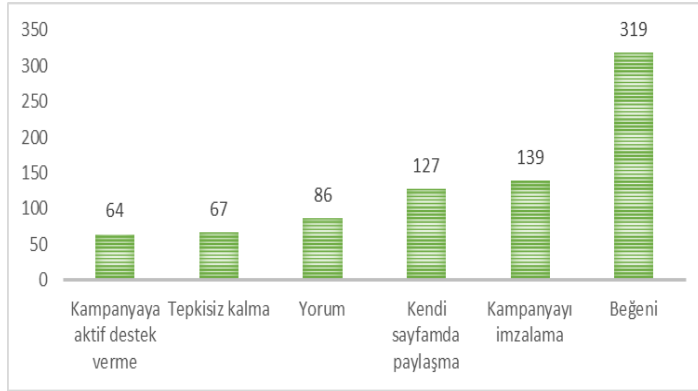
⁺⁺ Bu soruda katılımcıların yanıtlayabilecekleri birden fazla cevap seçeneği olmasından dolayı yüzdelerin toplamı %100’den fazla çıkmaktadır.



Şekil 17. Sosyal Medya Paylaşımına Tepki

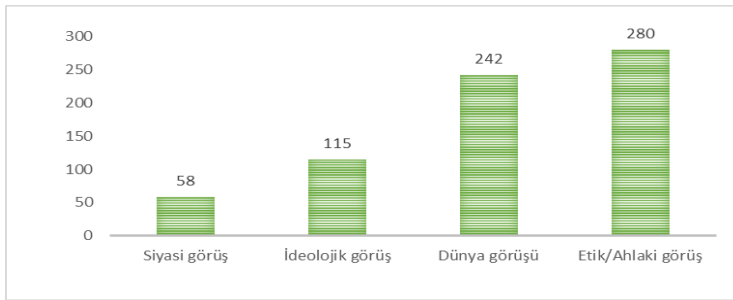
“Sosyal medyada gördüğünüz çevreyle ilgili herhangi bir kampanyaya/faaliyete katıldınız mı?” sorusu yöneltilen katılımcıların %60,3’ü (302 kişi) hayır yanıtını vermiştir. Katılımcıların %21’i (105 kişi) evet yanıtını verirken %18,8’i (94 kişi) katılmayı düşündüklerini ancak katılmadıklarını belirtmişlerdir. Kampanya/faaliyete katılma oranına cinsiyet açısından bakıldığında kız öğrencilerin oranı %70 iken, erkek öğrencilerin oranı %30’dur. Katılımcıların sosyal medyada yer alan çevre koruma kampanyalarına nasıl tepki verdiklerini ölçmek için ankete ayrıca bir soru daha eklenmiştir. “Sosyal medyada çevre koruma amaçlı başlatılan herhangi bir kampanyaya yönelik tepkiniz ne şekilde olmuştur?” sorusuna** verilen yanıtların grafik olarak gösterildiği Şekil 18’de en yüksek oranda katılımcının %63,7 (319 kişi) “Beğeni” ile karşılık verdiği görülmektedir. Yüzde 27,7 oranında (139 kişi) katılımcı kampanyayı imzalayarak katılım sağladıklarını belirtirken, kendi sayfalarında paylaşarak kampanyaya destek olanların oranı %25’tir (127 kişi). Çevre korumaya yönelik kampanyalara aktif destek verenlerin oranı ise en düşüğe kalarak %12,8 (64 kişi) ile en sonda yer almıştır. Genel bir ifadeyle, çevreyle ilgili sosyal medya paylaşımlarına ve kampanyalarına katılımcıların en fazla beğeni ve kendi sayfalarında paylaşarak tepki verdikleri görülmüştür.

** Bu soruda katılımcıların yanıtlayabilecekleri birden fazla cevap seçeneği olmasından dolayı yüzdelerin toplamı %100’den fazla çıkmaktadır.



Şekil 18. Sosyal Medyada Çevre Koruma Amaçlı Başlatılan Kampanyaya Yönelik Tepki

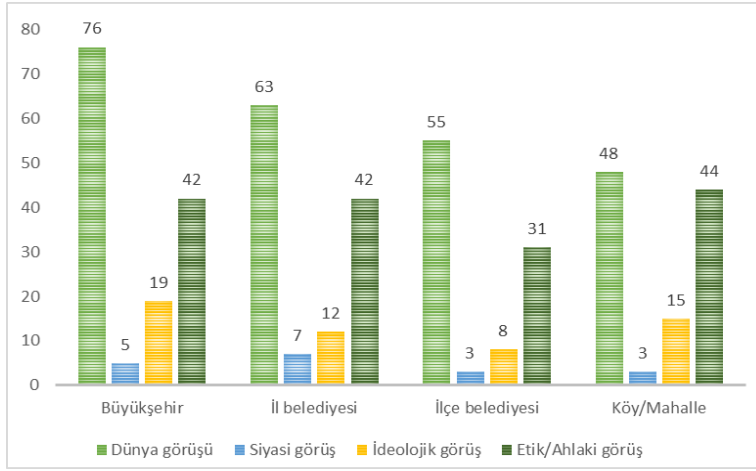
Katılımcılara “Sosyal medyada çevreyle ilgili sayfa/sayfaları takip ettikten sonra hangisi/hangileri değişti?” sorusu^{§§} yöneltilerek, çevre bilinci kazanmalarının hangi konularda fikirlerinde değişimi sağladığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Yüksek oranda katılımcı %55 (280 kişi) etik/ahlaki görüş bağlamında bir değişikliğin olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların %48,3’ü (242 kişi) dünya görüşlerinde bir farklılık olduğunu belirtirken ideolojik görüş ve siyasi görüş açısından değişime uğradıklarını belirten katılımcıların oranları sırasıyla %23 (115 kişi) ve %11,2’dir (58 kişi) (Şekil 19).



Şekil 19. Takip Sonrası Değişim

^{§§} Bu soruda katılımcıların yanıtlayabilecekleri birden fazla cevap seçeneği olmasından dolayı yüzdelerin toplamı %100’den fazla çıkmaktadır.

Ailelerinin yaşadığı yerin ölçeği ile çevre ile ilgili sayfaları takip ettikten sonra olan değişimlerin grafiğine bakıldığında, dünya görüşünde yaşanan değişim açısından en yüksek oranda katılımcının Büyükşehir Belediyelerinde olduğu görülmektedir. İdeolojik anlamda değişim ise köy/mahalle ölçeğinde diğer ölçeklere göre yüksek oranda seyretmektedir. Siyasi görüş açısından değişimin dört ölçekte de çok düşük oranda olduğu görülmektedir (Şekil 20).



Şekil 20. Yaşanılan Yerin Ölçeği ile Takip Sonrası Değişim

Son olarak katılımcılara “Sosyal medyanın çevresel farkındalık yaratmasının önündeki engeller neler olabilir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılara işaretleyebilecekleri birden fazla seçeneğin sunulduğu soruya verilen yanıtlara bakıldığında spekülasyon/yanıltıcı bilgiler seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %65'e (325 kişi) yakındır. Tarafsız olmayan bilgilerin ikinci tercih olarak yer aldığı grafikte, takipçi sayısının azlığı %32,5 (163 kişi) ve şiddet içeren etkinlikler %26,9 oranıyla (137) yer almaktadır. Sosyal medya kullanımı her ne kadar çevresel farkındalık yaratmada önemli bir katkı sağlasa da özellikle yanıltıcı ve tarafsız bilgilerin yoğun biçimde bu alanlarda yer alması bireylerin güvenini zedeleyip çevrenin yeterli düzeyde korunmasını sekteye uğratabilir.

SONUÇ

Hızla ilerleyen teknolojik gelişmeler insanların herhangi bir yerde ve herhangi bir zamanda bilgiye erişmesini kolaylaştırmıştır. Amerikan sosyoloji literatüründe Z kuşağı olarak adlandırılan mevcut genç neslin bu imkânı nasıl kullandığı önemli bir sorudur. Bir yandan bilgi ve dijitalleşme çağındaki sürekli gelişmelere yetişmeye çalışan bu nesil diğer yandan Sanayi Devriminden bu yana biriken geniş çaptaki çevre sorunlarıyla kuşatılmış durumdadır. Bilgiye ulaşmanın kolay olduğu yerde bilgi edinmek, haber almak, faaliyette bulunmak, kolektif hareket etmek, bilinçlenmek, farkındalık kazanmak çok daha kolaydır. Dolayısıyla genç neslin bu fırsatı önemli bir sorunun çözümüne yönelik kullanması akılcı olacaktır. Daha açık bir ifadeyle gençler akıllı uygulamalarla her an edinebildikleri bilgilerle günümüzün en önemli sorunlarından biri olan çevre sorunlarına karşı tutum geliştirebilir ve bu doğrultuda faaliyete geçebilirler. Çalışma bu mantıktan hareket ederek dijital çağın üniversite öğrencilerine yoğun olarak kullandıkları sosyal medyanın çevresel farkındalık kazanmaları üzerindeki etkisini sormuştur. İki üniversitede eş zamanlı olarak yürütülen anket, insanların Covid-19 pandemi nedeniyle evlerine kapandıkları ve sosyal medyada daha fazla vakit geçirdikleri döneme gelmesiyle de uygun bir zaman dilimine denk gelmiştir.

Çalışmanın esas amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının çevresel farkındalık kazanması üzerine etkisini araştırmaktır. Anket türünde hazırlanan sorular açık ve düzgün bir ifadeyle olup, kapalı ve yarı kapalı uçlu biçimde hazırlanmış ayrıca diğer seçeneği konularak ve bazı sorularda birden fazla seçeneğin işaretlenmesine izin verilerek gerekli esneklik tanınmıştır. Üç farklı kategoride sorulan sorularla demografik bilgilere, sosyal medya uygulamalarını kullanıma dair bilgilere ve sosyal medyanın çevresel farkındalık kazanması üzerindeki etkisine dair bilgilere ulaşılmıştır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulguları genel olarak değerlendirmek gerekirse; hedef kitlenin ağırlıklı kesimi öğrencilerden oluşmaktadır. Örneklemdeki öğrenciler ağırlıklı olarak her iki üniversitenin olduğu bölgeler olan Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgesinde ikamet etmekte; ölçek olarak ise daha çok büyükşehirler ve il belediyelerinde yaşamaktadırlar. Ortak belirlenen fakülteler kapsamında en fazla katılım çalışmacıların da dahil olduğu İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden, en az katılım Mühendislik Fakültesinden olmuştur. Ankete katılan öğrenciler günün belirli saatlerinde sosyal medya uygulamalarını aktif olarak kullanmaktadırlar. En çok kullanılan uygulamalar Instagram, Youtube, Whatsapp ve Twitter olarak sıralanmıştır. Katılımcıların sosyal medyayı en fazla haber ve bilgi edinmek amacıyla ardından da sosyalleşmek ve boş vakit geçirmek amacıyla kullandıkları saptanmıştır.

Araştırmanın esas konusu olan sosyal medya uygulamaları ve çevresel farkındalık arasındaki ilişki sorunun kendi içerisinde oransal olarak ve anlamlı farklılıkların çıktığı yerlerde diğer değişkenlerle (cinsiyet, fakülte, çevre dersi alıp almama vs.) birlikte ele alınarak yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan en önemli tespitlerden bir tanesi, katılımcıların çevre ile ilgili haberleri en fazla sosyal medyadan edindiklerini bildirmelerine rağmen çevreyle ilgili sayfaları/blogları çok takip etmedikleridir. Takip edenler en fazla doğa korumayla ilgilenmekte, bunu hayvan hakları, kirlilik, kaynakların azalması ve iklim/su politikaları izlemektedir. Katılımcılar sosyal medyadan bu alanlardan aynı sıralamayla bilgi edindiklerini ifade etmektedirler.

Katılımcıların çoğu çevreyle ilgili herhangi bir kuruluşa üye olmadıklarını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda yarısından fazlası sosyal medyanın çevreyle ilgili herhangi bir kuruluşa üye olmaya teşvik etmediğini ileri sürmektedir.

Katılımcıların yarısından fazlası sosyal medyanın çevresel farkındalık kazandırmada önemli bir araç olduğunu düşünmektedir ve aynı doğrultuda çoğu

katılımcı çevresel farkındalığın artırılmasından sosyal medyadan faydalanılması gerektiğini düşünmektedir. Bunun için en etkili yolları videolar ve kampanyalar olarak ifade etmişlerdir. Ancak sosyal medyada çevreyle ilgili başlatılan kampanyalara aktif katılımın oldukça sınırlı düzeyde olduğu söylenebilir. Katılımcıların kampanyalara aktif destek vermekten ziyade, kampanyayı/faaliyeti beğeni, kendi sayfasında paylaşma ve kampanyayı imzalama gibi yollarla destekledikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırmanın bir diğer önemli sonucu sosyal medya aracılığıyla çevre ile ilgili edinilen bilgilerin herhangi bir değişiklik sağlayıp sağlamadığıyla ilgilidir. Araştırmanın sonucunda katılımcıların çoğunluğunun edindikleri bilgiler neticesinde etik/ahlaki görüşlerinde ve dünya görüşlerinde bir değişiklik olduğu tespit edilmiştir. Son olarak araştırmacılar sosyal medyanın çevresel farkındalık oluşturması üzerindeki en büyük engelin spekülasyon/yanıltıcı bilgiler olduğunu ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak sosyal medya gençlerin çevresel farkındalığını oluşturma ve artırmada önemli bir potansiyele sahiptir. Tam olarak bu potansiyeli kullanmak için öncelikle sosyal medyanın bireylerin zihninde daha güvenilir bir kaynak olması sağlanmalıdır. Üniversite öğrencileri sosyal medya dahil farklı alanlarda çevreyle ilgili kuruluşlara üye olmaya teşvik edilmelidir. Öğrencilerin çevrecilikle ilgili kolektif bilince ve eyleme sahip olması ve sağlam bir motiveyle bu kolektiviteleri sosyal medyaya taşınması ayrıca önemlidir. Bunun için öğrencilere ilköğretimden aşılması gereken çevre bilincine üniversite düzeyinde de doyurucu müfredatlarla devam edilmelidir.

Etik Kurul Kararı

Araştırmada etik ilkelere uygunluk açısından Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna başvurulmuş ve 03/03/2021 tarihinde etik kurul onayı alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Angelou, K. M. (2011). The Role of New Media on Environmental Issues. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 12(1), 199-204.
- Carpenter, S., Takahashi, B., Cunningham, C., Lertpratchya, A. P. (2016). The Roles of Social Media in Promoting Sustainability in Higher Education. *Climate&Sustainability*, 10, 4863-4881.
- Ceballos, G., Ehrlich, P. R., Barnosky, A.D., Garcia, A., Pringle, R. M., Palmer, T. M. (2015). Accelerated Modern Human-Induced Species Losses: Entering the Sixth Mass Extinction, *Science Advances*, 1(5), 1-5.
- Crutzen, P. J. (2002). Geology of Mankind. *Nature*, 415, 23.
- Çakmak, A. Ç., Özkan, B. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıkları ile Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Farklı Değişkenler Perspektifinden Karşılaştırılması: İnteraktif bir Uygulama. *İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 5(8), 3144-3170.
- Dahlan, M. A. (2016). Expanding the Role of Media in Environmental Protection. *Media Asia*, 21(3), 157-163.
- Doğan, İ., Purutçuoğlu, E. (2017). Sosyal Hizmet Uzmanlarının Çevresel Farkındalık Seviyeleri ile Çevreye Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 21(2), 389-405.
- Elredge, N. (2001). The Sixth Extinction. *ActionBioscience*, <http://www.actionbioscience.org/newfrontiers/eldredge2.html?print>,
- Gericke, N., Boeve-de Pauw, J., Berglund, T., Olsson D. (2019). The Sustainability Consciousness Questionnaire: The Theoretical Development and Empirical Validation of an Evaluation Instrument for Stakeholders Working with Sustainable Development. *Sustainable Development*, 27, 1-15.

- Güven, E., Aydoğdu, M. (2012). Çevre Sorunlarına Yönelik Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Öğretmen Adaylarının Farkındalık Düzeyinin Belirlenmesi. *Öğretmen Eğitimi ve Eğiticileri Dergisi*, 1(2), 185-202.
- Hansen, A. (2011). The Media and the Social Construction of the Environment. *Media, Culture&Society*, 13(4), 443-458.
- Harju-Autti, P., Kokkinen, E. (2014). A Novel Environmental Awareness Index Measured Cross-Nationally For Fifty Seven Countries, *Universal Journal of Environmental Research and Technology*, 4(4), 178-198.
- Jharotia, A. K. (2018). Role of Media in Enhancement of Environmental Awareness, Conference: Power of Media-Shaping the Future, at Tecnia Auditorium, New Delhi.
- Karagöz, Y. (2019). SPSS AMOS Meta Uygulamalı: İstatistikler Analizler. Nobel Basım: Ankara.
- Kocalar, A. O. (2016). Ekolojik Farkındalığın Artırılmasında Milli Parkların Rolüne İlişkin Öğrenci Görüşleri. *European Journal of Science and Technology*,5(9), 55-61.
- Oğuz, D., Çakci, I., Kavas, S. (2010). Environmental Awareness of University Students in Ankara, Turkey. *African Journal of Agricultural Research*, 5(10), 2629-2636.
- Özdemir, O., Yıldız, A., Ocaktan, E., Sarışen, Ö. (2004). Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Çevre Sorunları Konusundaki Farkındalık ve Duyarlılıkları. *Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası*, 57(3), 117-127.
- Payne, J. L., Bush, A. M., Heim, N. A., Knope, M. L., McCauley, D. J. (2016). Ecological Selectivity of the Emerging Mass Extinction in the Oceans, *Science*, 353: 1284-1286.
- Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R. DüNDAR, S., Karaca, Y. (2002). Afyon İli Tüketim Analizi, Tüketici Davranışları ve Eğilimler. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları*, 27, 28

- Taghavi, L., Habibi, E., Amraji, L. A. (2016). The Importance and Role of Media in Environmental Protection and Sustainable Development Approach. *Media Studies*, 11(32&33), 17-27.
- Tunç, A. Ö., Akdemir Ömür, G., Düren, Z. A. (2012). Çevresel Farkındalık. *İÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47, 227-246.
- Wierzbiński, B., Surmacz, T., Kuźniar, W., Witek, L. (2021). The Role of the Ecological Awareness and the Influence on Food Preferences in Shaping Pro-Ecological Behavior of Young Consumers. *Agriculture*, 11, 1-14.
- Yeşil, M., Turan, Y. (2000). Çevresel Duyarlılık Üzerine Bir Ölçek Geliştirme Çabası. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*. 10(2), 418-435.
- Ziadat, A. H. (2010). Major Factors Contributing to Environmental Awareness among People in a Third World Country, Jordan. *Environment, Development and Sustainability*, 12(1), 135-145.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Today, it is an undeniable reality that there is an ecological crisis. Environmental disasters that have resulted in the disability and even death of millions of people throughout the history, pollution that harms both people and the environment; toxic waste, food containing chemicals, water; The changing climate, desertifying soil, scarce water depicts the ecological crisis in which the earth and all living and non-living things are in. The effect of human pressure on nature has caused this age to be called the "Anthropocene age". It is up to the human species to be aware of the anthropogenic burden and exploitation on nature and to take measures to reduce this pressure, if possible, to eliminate it. Understanding that resources are limited, environmental problems that threaten people and people's living resources along with nature have caused a paradigm change and the concept of "sustainability" has taken its place in the center of environmental policies.

The media has significant potential to increase the public's environmental awareness. Especially, the social media channel, which has gained strength in the face of the mainstream media, has gained an important structure in which the current young generations, called "Generation Z" in the sociology literature, take part and actively use them, gain information, seek rights, and organize to take action. Taking advantage of this channel in terms of environmental awareness and creating environmental awareness will bring important gains. With this in mind, the study focused on the impact of social media on university students' environmental awareness.

Method

This study, which investigates the effect of university students' use of social media on creating environmental awareness, is a descriptive and relationship-seeking research. As a method of analysis, the relationship between dependent and independent variables was tried to be determined. While the independent variable of the study is the use of social media, the dependent variable is environmental awareness. Questionnaire technique, which is one of the quantitative method techniques, was used in the research. The survey questions prepared by the authors were presented to an expert panel consisting of faculty members from both universities and the necessary places were arranged. The survey questions were designed as closed and semi-closed questions, and there was one ranking question in the survey.

In the first part of the survey, socio-demographic questions were included, and in the second and third sections, survey questions about the research were included. Ethics committee was applied for the questionnaire and necessary permissions were obtained. Due to the pandemic period, the participants answered the questionnaire online. The response period of the survey is between April 2021 and September 2021, and sufficient number of participants were reached during the process. It was done using SPSS version Statistics 23 and Microsoft Excel 2011 to analyze the collected data.

Findings (Results)

If it is need to evaluate the findings obtained as a result of the research in general; the majority of the target audience consists of female students. The students in the sample mainly reside in the Southeastern and Eastern Anatolia regions where both universities are located. In terms of scale, they mostly live in metropolitan cities and provincial municipalities. Within the scope of jointly determined faculties, the most participation was from the Faculty of Economics and Administrative Sciences, including the researchers, and the least participation was from the Faculty of Engineering. Students participating in the survey actively use social media applications at certain times of the day. The most used applications are listed as Instagram, Youtube, Whatsapp and Twitter.

It has been determined that the participants use social media mostly to get news and information, and then to socialize and spend their free time.

The relationship between social media practices and environmental awareness, which is the main subject of the research, is interpreted proportionally within the problem itself and, where significant differences arise, together with other variables. One of the most important findings that emerged as a result of the study is that although the participants reported that they got the most news about the environment from social media, they did not follow the pages/blogs related to the environment much. Those who follow are most interested in nature protection, followed by animal rights, pollution, resource depletion and climate/water policies. Participants state that they get information from these areas in the same order from social media. Most of the participants stated that they are not members of any environmental organization. At the same time, more than half of them claim that social media does not encourage them to become members of any environmental organization.

Another important result of the research is whether the information obtained about the environment through social media provides any change. As a result of the research, it was determined that there was a change in the ethical/moral views and worldviews of the majority of the participants as a result of the information they obtained. Finally, the researchers stated that the biggest obstacle for social media to create environmental awareness is speculative/misleading information.

Conclusion

Rapidly advancing technological developments have made it easier for people to access information anywhere and at any time. It is an important question how the current young generation, called the Z generation in the American sociological literature, uses this opportunity. On the one hand, this generation, which tries to keep up with the continuous developments in the age of information and digitalization, on the other hand, is besieged by the wide-ranging environmental problems that have accumulated since the Industrial Revolution. Where it is easy to access information, it is much easier to obtain information, to receive news, to take action, to act collectively, to become conscious and to gain awareness. Therefore, it would be wise for the younger generation to use this opportunity to solve an important problem. To put it more clearly, young people can develop an attitude towards environmental problems, which is one of the most important problems of today, with the information they can acquire at any time with smart applications and can take action in this direction.