

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN FACEBOOK ALGISI: BİR METAFOR ANALİZİ

Fetah EREN

Gazi Ortaokulu, Beyşehir, Konya.

İsmail ÇELİK

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Meram, Konya.

Ahmet Oğuz AKTÜRK

Selçuk Üniversitesi, Ereğli Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Ereğli, Konya.

İlk Kayıt Tarihi: 24.05.2013

Yayına Kabul Tarihi: 24.07.2013

Özet

Bu çalışmada bir ortaokulda öğrenim gören öğrencilerin Facebook algıları metafor analizi ile araştırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi ile olgu bilim deseni kullanılmıştır. Bu çalışmanın katılımcıları bir ortaokulda okuyan 144 öğrencidir. Çalışmaya katılan öğrencilerden "Facebook ... gibidir çünkü ..." cümlesinin tamamlamaları istenmiştir. Verilerin analizinde ise içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Toplanan verilerin analizi sonucunda 37 metafor ve bu metaforların ortak özelliklerine göre gruplandırılmasıyla oluşan 5 kategori ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, ortaokul öğrencilerinin Facebook hakkında oldukça olumlu kavramlara sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte öğrencilerin, bağımlılık ve kötülük kaynağı gibi bazı olumsuz kavramlara da sahip oldukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Facebook, Metafor, Facebook algısı

SECONDARY SCHOOL STUDENTS' PERCEPTIONS OF FACEBOOK: A METAPHOR ANALYSIS

Abstract

This study investigates the secondary school students' perceptions toward Facebook by means of metaphor analysis. Phenomenological design from qualitative research techniques is used in this study. The participants of this study are 144 students from a secondary school. These students are asked to complete the sentence "Facebook is like a ... because ..." Content analysis technique is used in the analysis of the data. According to the results, the participants mention 37 metaphors. Based on the metaphorical images, 5 conceptual categories are identified. As a result of this study, it is clear that students have quite positive concepts about

Facebook. However, it is also identified that students have some negative concepts such as source for evil and addiction.

Key Words: Facebook, Metaphor, Facebook perception

1. Giriş

Günümüzde teknolojiden bahsedildiğinde sadece kullanım değeri üzerinden tanımlanan bir araçtan değil, yeni ortamlardan da bahsedilmektedir. Bunun en temel örneğini bir araç olan bilgisayarın bir ortam olarak internete dönüşmesinde görmek mümkündür. İnternet, bütün konuşmaların yazıldığı sessiz bir dünyadır. Bu dünyada varlık, beden ve mekândan arınmış ve yalnızca kelimelere dönüşmüş bir biçimde vücut bulmaktadır. Bu anlamda internet hayal edilmiş ve hayali bir mekân olarak tanımlanabilir (Kobak & Biçer, 2008). Bu özelliklerine bakıldığında internetin kullanımının sürekli artması doğal bir sonuçtur. İnternet, insanların hayâli de olsa sosyal ihtiyaçlarını kolayca karşılayabilecek yeteneğe sahip bir ortamdır. İnternet teknolojileriyle beraber oluşan sanal kültür ve sanal dünya; gerçek dünyadaki zaman ve mekân boyutlarından bağımsız bir alan üzerine kurulmuştur. İnternet, ayrıca bu zaman ve mekân boyutunu da aşarak birey-birey ve birey-grup iletişimine izin vermektedir (Timisi, 2003). Bütün bu durumlar çerçevesinde ülkemizde de internet kullanımı hızla artmış ve artmaya da devam etmektedir. Nisan 2009’da yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye’de 15 yaşın üzerinde yaklaşık 17,8 milyon kişi, evinde ya da iş yerinde internet kullanmaktadır. Bu kişiler, internette ayda 32 saat zaman geçirmekte ve bu zaman zarfında da ortalama 3044 sayfa görüntülemektedir. Araştırma raporuna göre Türkiye’deki internet kullanıcılarının en çok ziyaret ettiği internet siteleri sıralamasında %72’lik bir oranla üçüncü sırada bir sosyal paylaşım sitesinin olması dikkat çekici bir durumdur (Comscore, 2009).

İnsanların günümüzdeki internet kullanım biçimleri interneti bir sosyalleşme aracı olarak kullanmaya doğru hızla değişmektedir. İnternet ortamında kullanıcıların kendilerini tanımlayarak her kültürden farklı kullanıcılarla iletişime geçtiği, bunun yanında normal sosyal yaşamda kullanılan jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar “sosyal ağ” olarak tanımlanmaktadır (Koç & Karabatak, 2011). Ayrıca, sosyal ağlar kişilere gerçek benliklerinden sıyrılıp, yeni bir “profil” aracılığıyla, yeni bir kimlik yaratma şansı verir (Acır, 2008). Yeni bir dünya haline gelen sosyal ağlar insanların yaşamında yeni kavramlar ortaya çıkarmaya başlamıştır. Bunlardan birisi de çevrimiçi topluluktur. Çevrimiçi topluluk; sosyal, profesyonel, eğitim amaçlı ya da diğer amaçlar için yüz yüze iletişim yerine bilgisayar ağlarını kullanarak iletişim kuran insan topluluklarına verilen isimdir (Tuomi, 2001). Sosyal ağ ortamları bireylere; kendini ifade etmek, topluluklar oluşturmak, işbirliği ve paylaşımda bulunmak için yeni imkânlar tanımaktadır (Murray, 2008). İlgili alanyazında, sosyal ağların öğrenme ve öğretim deneyimlerini zenginleştirmek için yüksek öğretimdeki öğrenciler, akademisyenler ve kurumlar açısından faydalarından bahsedilmiştir. Ayrıca sosyal ağların

iletişim becerilerini geliştirdiği, katılımı ve sosyal bağlılığı genişlettiği, ekran desteğini güçlendirdiği ve işbirliğine dayalı öğrenmenin gerçekleşmesini sağladığı ifade edilmiştir (Blackey & Chew, 2009; Jones, Blackey, Fitzgibbon, & Chew 2010; Gülbahar, Kalelioğlu, & Madran, 2010).

Sosyal ağların uygulama aracı olarak internet ortamında sosyal ağ siteleri ortaya çıkmıştır. Sosyal ağ siteleri (Social Networking Sites) bu sosyal ağ örüntülerinin bir parçasıdır ve bireylerin halka açık ya da yarı halka açık olarak profillerini kayıtlı bir sistemde oluşturmalarını, bir bağlantıyı paylaştıkları, diğer kullanıcıların listesini göstermesini ve sistem içerisinde bulunan kişilerin ilişki listelerini de görmeyi sağlayan, çevrimiçi topluluklardaki insanların beğenilerini, aktivitelerini paylaştıkları ve ağ üzerinden birbirlerine mesaj, e-mail, tartışma grupları video, sesli sohbet, dosya paylaşımı yaptıkları sitelerdir (Boyd & Ellison, 2007). Başka bir deyişle sosyal ağlar çevrimiçi ortamda yararlı bilgileri toplayarak ve bunları başkalarıyla paylaşarak, diğer insanlarla ilişki kurmaya olanak tanıyan kişisel web sayfaları olarak tanımlanabilir. Günümüzde, birçok sosyal ağ sitesi ortaya çıkmış ve insanların iletişimini, etkileşimini, işbirliğini, çalışmasını ve hatta öğrenme sürecini bile yeniden şekillendirmiştir (Gülbahar, Kalelioğlu, & Madran, 2010). Sosyal paylaşım ağı tanımına uygun tipteki ilk site örnekleri “Classmates.com” (1995) ve “SixDegrees.com” (1997) siteleridir. Classmates.com özellikle geçmişteki sınıf arkadaşlarının bulunmasına yönelik bir tema sunarken, SixDegrees.com kullanıcılarına profil yaratma ve arkadaşlarını listeleme olanağı sunmuştur (Özmen, Aküzüm, Sünkür, & Baysal, 2011). Günümüzde ise en çok kullanılan sosyal ağ sitesi Facebook’tur (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, Börekçi, & Çomu, 2009). 2007 yılı öncesinde Türkiye genelinde ne olduğu bile bilinmeyen Facebook, bugün internet kullanmayan insanların bile en azından ismini duyduğu, internet kullanıcılarının büyük bölümünün ise aktif bir şekilde kullandığı bir internet sitesi haline gelmiştir (Acır, 2008). “MySpace”, “Facebook”, “Hi5” ve “Cyworld” gibi pek çok sosyal ağ sitesi ise kullanıcılarına gruplara katılma ya da grup oluşturma yoluyla benzer ilgi alanlarına sahip diğer insanlar ile etkileşim sağlamaya olanak tanımaktadır. Genel olarak sosyal ağlar arkadaşlık, akrabalık, ilgiler ve aktiviteler üzerine kuruludur. Ancak sosyal ağ sitelerinin tek işlevi bu değildir. Bu ağlar bireylere bilgi paylaşma, ilişki kurma ve geliştirme gibi birçok olanak da tanımaktadır (Kwon & Wen, 2010). İlgili alanyazında, sosyal ağların, öğrencilerin dijital medya paylaşımı, ortak görüş ve fikir çerçevesinde soru sorma, derse ilişkin kaynak paylaşma, çalışma grupları oluşturma ve sınıf arkadaşları ile iletişim kurma amaçlı kullanımının olduğu belirtilmiştir (Yuen & Yuen, 2008; Akt. Mazman, 2009).

Sosyal ağ siteleri, bahsedilen bu özelliklerin yanı sıra, harmanlanmış öğretim deneyimlerini zenginleştirilmesi, öğrencilerin öğrenme sürecini desteklemesi, öğretmenin öğretim ve değerlendirme sürecine destek olması gibi özelliklerden dolayı kurumlara da yarar sağlamaktadır (Gülbahar, Kalelioğlu, & Madran, 2010). Bu nedenle bu araştırmada Türkiye’de en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olan Facebook sitesinin öğrencilere ne ifade ettiği araştırılmıştır. Bu amaçla ortaokul seviyesindeki öğren-

cilerin Facebook algısı metafor analiziyle belirlenmeye çalışılmıştır. İlgili alanyazın incelendiğinde daha önce öğrencilerin Facebook algılarının belirlenmesi için metafor analizi kullanılmadığı görülmüştür. Araştırma bu yönüyle ilgili alan yazındaki boşluğu doldurma çabası olarak nitelendirilebilir. Metafor kullanılmasıdaki amaç öğrencilerin Facebook ile ilgili zihinsel imgelerini ortaya çıkarmak ve öğrencilerini Facebook'u kullanım düzeylerini daha iyi anlamaya çalışmaktır. Bilindiği üzere metafor, bir bireyin yüksek düzeyde soyut, karmaşık veya kuramsal bir olguyu anlamada ve açıklamada işe koşabileceği güçlü bir zihinsel araç olarak değerlendirilmektedir (Saban, Koçbeker, & Saban, 2006). Metafor, algısal benzerlik olan bir objeden diğerine geçen anlam transferidir. Metaforlar, bireylerin soyut veya karmaşık olan olguları daha somut veya tecrübe edilen olgularla karşılaştırmalarını ve bu sayede de bilinmeyen olgulara ilişkin anlayış geliştirmelerini sağlar. Metaforlar günlük hayatta kullandığımız dili sadece süslemeye yönelik bir söz sanatından ibaret değildir; metaforların insan hayatındaki önemi bundan çok daha fazlasını kapsar (Saban, Koçbeker & Saban, 2006; Semerci, 2007).

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, günümüzün en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olan Facebook'un ortaokul öğrencilerine ne anlam ifade ettiğini metafor analizi yöntemi ile araştırmaktır.

2. Yöntem

Bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden olgu bilim deseni kapsamında yürütülmüştür. Olgu bilim deseni farkında olduğumuz ancak tam anlamıyla kavrayamadığımız olguları araştırmaya amaçlayan çalışmalar için uygun bir araştırma zemini oluşturur (Yıldırım & Şimşek, 2006). Bu çalışmada da ortaokul öğrencilerinin Facebook ile ilgili belirtmiş oldukları olguları incelenmiştir.

Katılımcılar

Bu araştırmaya Konya ili Beyşehir ilçesinde okuyan 144 ortaokul öğrencisi katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet ve sınıflara göre dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyet ve sınıflarına göre yüzde ve frekans dağılımları

Değişken	Seçenek	f	%
Cinsiyet	Kız	69	47.9
	Erkek	75	52.1
	5	27	18.8
Sınıf	6	53	36.8
	7	41	28.5
	8	23	15.9
Toplam		144	100

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin 69'u kız, 75'i ise erkektir. Ayrıca öğrencilerin 27'si 5. Sınıf, 53'ü 6. Sınıf, 41'i 7. Sınıf ve 23'ü 8. Sınıf öğrencisidir.

Verilerin Toplanması

Facebook kavramıyla ilgili olarak ortaokul öğrencilerinin metaforik tasvirlerini belirlemek için öğrencilerden “Facebook ... gibidir çünkü ...” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Bu amaçla her katılımcıya üzerinde bu ifade yazılı boş bir kâğıt verilmiş ve bu ifadeyi kullanarak düşüncelerini yazmaları ve tek bir metafor üzerine odaklanmaları istenmiştir. Başlangıçta öğrencilere metaforla ilgili gerekli açıklamalar yapılmıştır. Öğrencilerden özellikle Facebook’u bir şekilde tanımlamak zorunda oldukları birkaç defa vurgulanmış ve yaptıkları tanımlar için sebepleriyle birlikte açıklama yapmaları istenmiştir. Saban’a (2008a) göre metaforu araştırma aracı olarak kullanan çalışmalarda “gibidir” kavramı metafor konusu ile kaynağı arasındaki bağlantıyı açığa çıkarmak için, “çünkü” kavramı ise katılımcılara metafor tanımları için mantıklı bir temel veya sebep sunmaları için kullanılır. Metaforları oluşturmak için öğrencilere 20 dakika verilmiştir. Amaç, öğrencilerin metaforlarla ilgili ilk düşüncelerinden faydalanmak olduğu için bu verilen sürenin yeterli olduğu düşünülmüştür. “Facebook ... gibidir çünkü ...” cümlesinden türetilen metaforlar araştırmanın ana veri kaynağını oluşturmaktadır.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada toplanan bilgiyi analiz etmek için içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizinin temel amacı toplanan bilgilerin açıklanmasında kesin bir fikre ulaşmaktır. İçerik analizindeki temel yöntem belirli bir fikir ve konular çerçevesinde benzer bilgi toplamak ve okuyucu tarafından anlaşılmasını sağlayacak bir yol bulmaktır (Yıldırım & Şimsek, 2006).

Analiz ve metaforların araştırmacılar tarafından anlaşılma süreci şu aşamaları içermektedir: İlk olarak öğrencilerin ürettiği metaforlar alfabetik sıraya göre geçici olarak sıralanmıştır. Sıralama esnasında öğrencilerin metaforu açıkça belirtip belirtmediklerine bakılmıştır. Ayrıca boş bırakılan ve herhangi bir metafor içermeyen kâğıtlar elenmiştir. Bazı öğrencilerin metafor belirtmek yerine Facebook ile ilgili düşüncelerini paylaştıkları, bazılarının ise metafor belirtmeler bile geçerli bir mantıksal dayanak sunmadıkları görülmüştür. Bütün bunlara bağlı olarak 71 kâğıt elenerek kalan 73 kâğıt değerlendirilmeye alınmıştır.

İkinci olarak öğrenciler tarafından üretilen geçerli metaforlar tekrar gözden geçirilerek alfabetik sıraya göre dizilmiş ve daha sonra her bir metaforu temsil edecek örnek metafor ifadeleri seçilmiştir. Bunun amacı metaforların kategorilere ayrılmasına yardımcı olmak ve verilerin yorumlanmasını sağlamaktır. Örnek metaforlar belirlendikten sonra geçerli metaforlar benzerliklerine göre gruplandırılmıştır. Kategoriler, Facebook algısının özellikleri bakımından gruplandırılan metaforlara göre geliştirilmiş ve

73 öğrenci tarafından üretilen metaforlar 5 gruba ayrılmıştır.

Üçüncü olarak araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği saptanmıştır. Araştırma sonuçlarını geçerliğini garanti etmek için geçerlik ve güvenilirlik iki önemli kriterdir. İyi bir araştırmada bilginin ayrıntılı raporu ve araştırmacıların verilen sonuçlara nasıl ulaştığı geçerlik için önemli bir kriterdir (Yıldırım & Şimsek, 2006). Bu araştırmanın geçerliğini saptamak için bilgiyi toplama ve analiz etme süreci ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Dahası bu araştırmadan elde edilen bilgiler öğrencilerin yazılı ifadeleriyle desteklenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için elde edilen bilgiler, bu çalışmanın araştırmacıları tarafından analiz edilmiştir. Sonra araştırmacılar analizlerini karşılaştırmak için toplanmışlardır. Aynı zamanda araştırmada oluşturulan kategorilerde yer alan metaforların ilgili kategoriye temsil edip etmediğini görmek için farklı bir uzman tarafından da analiz edilmiştir. Bu bağlamda öğrenciler tarafından üretilen metaforlar ve araştırmacılar tarafından geliştirilen kategoriler liste olarak uzmana verilmiştir. Uzmanın metaforları ilgili kategoriye yazması istenmiş, daha sonra da uzmanın ve araştırmacıların gruplandırılmaları karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmadan elde edilen fikir birliği ve ayrılıklarının sayısına göre araştırmanın güvenilirliğine karar verilmiştir. Güvenirlik, Miles ve Huberman'ın (1994) formülüne göre hesaplanmıştır. Güvenirlik = Aynı karar sayısı/(Aynı ve farklı kararların toplamı) bu hesaplama sonucunda araştırmanın güvenilirliği %94 olarak bulunmuştur. Fikri alınan uzman 2 metaforu (bataklik, pizza) araştırmacılarından farklı gruba yerleştirmiştir. Miles ve Huberman'a (1994) göre istenilen güvenirlilik en az % 90 olmalıdır (Akt. Saban, 2008a).

Sonuç olarak toplam 37 metafor ve içeriklerine göre 5 kategori tamamlandıktan sonra metaforlar ve tüm bilgi SPSS istatistik programına aktarılmıştır. Bu prosedürden sonra ilk olarak katılanların 37 metafor ve 5 kategoriye kapsayan numara (f) ve yüzdeleri (%) hesaplanmıştır.

3. Bulgular ve Yorum

Bu çalışmaya katılan öğrenciler Facebook konusunda 37 geçerli metafor üretmişlerdir. 37 metaforun 24'ü sadece bir öğrenci tarafından üretilmiştir. Geriye kalan 13 metaforu üreten öğrenci sayısı 2 ile 9 arasında değişmiştir. Öğrenciler 37 metaforun 5'ini insanlarla, 1'ini hayvanlarla, 3'ünü de bitkilerle ilişkilendirmişlerdir. Geriye kalan 28 metafor hareket yeteneği olmayan objeler ve soyut fikirlerle ilişkilendirilmiştir. Öğrenciler tarafından üretilen metaforlar genel olarak 5 gruba ayrılmıştır. Bunlar;

1. Yarar sağlayan bir araç olarak Facebook,
2. Dikkatli kullanılması gereken bir araç olarak Facebook,
3. Gerçek hayatın bir parçası olarak Facebook,
4. Bağımlılığın kaynağı olarak Facebook,
5. Kötülüğün kaynağı olarak Facebook (Tablo 2).

Tablo 2. “Facebook” kavramı ile ilgili öğrenciler tarafından oluşturulan metafor kategorileri

Kategoriler	Metafor (Frekans)	Metafor Sayısı	Toplam Metafor Frekansı	%
1 Yarar sağlayan bir araç olarak Facebook	Arkadaş(9), İletişim aracı(5), Çikolata(3), Kafe(2), Su(2), Özel hayat(1), Arkadaş kitabı(1), Toplantı salonu(1), Özgürlük(1), Bilgisayar(1), Gazete(1), Okul(1), İlaç(1), Flüt(1), Göz(1), Hayal(1)	16	32	43.8
2 Dikkatli kullanılması gereken bir araç olarak Facebook	Kola(3), Patates kızartması(1), Pizza(1), Dikenli gül(1), Acı biber(1)	5	7	9.6
3 Gerçek hayatın bir parçası olarak Facebook	Hayat(5), İnsan(2), Dünya(2)	3	9	12.3
4 Bağımlılığın kaynağı olarak Facebook	Sigara(7), Alkol(4), Çekirdek(3), Uyuşturucu(2), Batakılık(1), Sakız(1), Oyun(1)	7	19	26.0
5 Kötülüğün kaynağı olarak Facebook	Düşman(1), Beyin kaybı(1), Katil(1), Zararlı yiyecek(1), Virüs(1), Tuzak(1)	6	6	8.3
	Toplam	37	73	100

Kategori 1. Yarar sağlayan bir araç olarak Facebook

Bu kategoride 16 metafor 32 öğrenci tarafından sunulmuştur (Tablo 2). Bu kategoride üretilen metaforlardan önemli olanlar; arkadaş(9), iletişim aracı(5), çikolata(3), kafe(2) ve su(2)'dur. Bu kategoride metaforları üreten öğrenciler Facebook'u yararlı bir araç olarak algılamaktadırlar. Onlara göre Facebook arkadaş ve iletişim aracı gibi ihtiyaçları olduğunda ulaşılabilecekleri yararlı araçlardır. Bu kategoriyle ilgili metaforların bazıları ve geliştirilme nedenleri öğrenciler tarafından şu şekilde belirtilmiştir:

Facebook arkadaş gibidir çünkü her sırrımı onunla paylaşıyorum, onunla

- oyun oynarım, konuşurum ve eğlenceli vakit geçiririm (Öğrenci 73).*
- Facebook iletişim aracı gibidir çünkü onula yakınlarımla iletişim kurarım (Öğrenci 30).*
- Facebook çikolata gibidir çünkü çikolata yerken mutlu olduğum gibi Facebook kullandığım zaman da çok mutlu oluyorum (Öğrenci 47).*
- Facebook su gibidir çünkü her zaman su içmek istediğim gibi Facebook kullanmak isterim (Öğrenci 12).*
- Facebook arkadaş kitabı gibidir çünkü içerisinde bütün arkadaşlarımın bilgilerinin olduğu bir kitaba benzer (Öğrenci 69).*
- Facebook bilgisayar gibidir çünkü her işi yapar (Öğrenci 3).*
- Facebook gazete gibidir çünkü içerisinde her bilgi bulunur (Öğrenci 7).*
- Facebook ilaç gibidir çünkü kullandığım zaman bütün sıkıntılarımı alır götürür (Öğrenci 16).*
- Facebook göz gibidir çünkü her şeyi onunla görebilirim (Öğrenci 44).*

Kategori 2. Dikkatli kullanılması gereken bir araç olarak Facebook

Bu kategoride 5 metafor 7 öğrenci tarafından üretilmiştir (Tablo 2). Göze çarpan metaforlar ise kola(3), patates kızartması(1) ve pizza(1)'dir. Bu metaforları üreten öğrenciler Facebook kavramını eğlenceli ve güzel birer araç ve nesne olarak görmelerine karşın dikkatli kullanılmadığında çeşitli zararlı sonuçlar doğurabileceğini düşünmektedirler. Bu kategoriye ait metaforların bazıları ve geliştirilme sebepleri öğrenciler tarafından şu şekilde belirtilmiştir:

- Facebook kola gibidir çünkü çok lezzetlidir ama çok fazla kullanıldığı zaman zararlıdır (Öğrenci 52).*
- Facebook patates kızartması gibidir çünkü tadı çok güzeldir ama içerisindeki kanserojen maddeler sağlığa zararlıdır ve fazla yersek kilo alırız (Öğrenci 21).*
- Facebook pizza gibidir çünkü pizza dilim dilimdir. Bazıları iki dilim yer doyar bazıları ise hepsini yer doymaz. Facebook'ta aynıdır. Kimisi az kullanır eğlenir ama kimisi de çok kullanır ve zararını düşünmez (Öğrenci 6).*
- Facebook dikenli gül gibidir çünkü bazen dikkatli tutmazsak ele batar bazen de güzelliği ve kokusuyla yüzümüzü güldürür (Öğrenci 71).*
- Facebook acı biber gibidir çünkü azı zevk verir çoğu acıtır (Öğrenci 49).*

Kategori 3. Gerçek hayatın bir parçası olarak Facebook

Bu kategoride 3 metafor 9 öğrenci tarafından sunulmuştur (Tablo 2). Bu kategorideki metaforlar hayat(5), insan(2) ve dünya(2)'dir. Bu metaforları üreten öğrenciler Facebook kavramını gerçek hayatla özdeşleştirmektedirler. Bu kategoriyle ilgili me-

taforların bazıları ve geliştirilme nedenleri öğrenciler tarafından şu şekilde belirtilmiştir:

Facebook hayat gibidir çünkü içerisinde her şey var (Öğrenci 1).

Facebook hayat gibidir çünkü arkandan yorum yaparlar ama senin haberin sonradan olur (Öğrenci 35).

Facebook insan gibidir çünkü birçok kişiyi tanıyıp birçok şeyi bilir (Öğrenci 57).

Facebook insan gibidir çünkü insanın tüm özelliklerini neredeyse taşıyor (Öğrenci 63).

Facebook dünya gibidir çünkü dünyadaki her şey orada da var (Öğrenci 72).

Kategori 4. Bağımlılığın kaynağı olarak Facebook

Bu kategoride 7 metafor 19 öğrenci tarafından üretilmiştir (Tablo 2). Bu kategorideki göze çarpan metaforlar sigara(7), alkol(4), çekirdek(3) ve uyuşturucu(2)'dir. Öğrencilere göre Facebook kullanılmaya başlandığı zaman bir daha bırakılamayacak bir araç veya nesne olarak görülmektedir. Bu kategoriyle ilgili metaforların bazıları ve geliştirilme nedenleri öğrenciler tarafından şu şekilde belirtilmiştir:

Facebook sigara gibidir çünkü kullandıkça bağımlılık yapar (Öğrenci 23).

Facebook alkol gibidir çünkü başladın mı bırakamazsın ve kullandıkça daha çok dağılırsın (Öğrenci 65).

Facebook uyuşturucu gibidir çünkü bir bağlandın mı ondan ayırlamazsın (Öğrenci 27).

Facebook çekirdek gibidir çünkü başlayınca bırakamıyorsun (Öğrenci 40).

Facebook bataklık gibidir çünkü girdin mi çıkamazsın (Öğrenci 32).

Kategori 5. Kötülüğün kaynağı olarak Facebook

Bu kategoride 6 metafor 6 öğrenci tarafından sunulmuştur (Tablo 2). Bu kategoride üretilen metaforlardan önemli olanlar düşman(1), tuzak(1) ve katil(1)'dir. Bu kategorideki metaforları üreten öğrencilere göre Facebook zararlı bir internet sitesidir. Bu kategoriyle ilgili metaforların bazıları ve geliştirilme nedenleri öğrenciler tarafından şu şekilde belirtilmiştir:

Facebook düşman gibidir çünkü sürekli bana zarar vermemesi için onunla savaşıyorum (Öğrenci 2).

Facebook tuzak gibidir çünkü herkesi gizlice kendine bağlar. Dünyayı etkisi altına alır ve dolayısıyla kurucusuna para kazandırır (Öğrenci 60).

Facebook katil gibidir çünkü beyin hücrelerini öldürür (Öğrenci 38).

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın amacı, metafor analizi yoluyla ortaokul öğrencilerinin Facebook algısını araştırmaktır. Facebook algısı göz önüne alınarak ortaokul öğrencileri tarafından üretilen metaforlar 5 gruba ayrılmıştır. Bu kategorilere göre Facebook yarar sağlayan bir araç, dikkatli kullanılması gereken bir araç, gerçek hayatın bir parçası, bağımlılığın kaynağı ve kötülüğün kaynağı olarak algılanmıştır. Bu kategorilerdeki önemli metaforlar “Arkadaş(9)”, “Sigara(7)”, “Hayat(5)”, “İletişim aracı(5)”, “Alkol(4)”, “Çikolata(3)”, “Çekirdek(3)” ve “Kola(3)”dır. Belirtilen her metafor en az 3 öğrenci tarafından sunulmuştur.

Literatürde metafor çalışmalarına bakıldığında bir kavramın bütün olarak açıklanabilmesi için tek bir metaforun yetmeyeceği sonucu çıkmaktadır. Weade ve Ernst’in (1990) de dikkat çektiği üzere, “Metaforlar seçmecidir ve tanımlamaya çalıştıkları olgunun sadece bir parçasını temsil ederler, tümünü değil.”(Akt. Saban, 2008b). Bu çalışmada da buna benzer olarak Facebook öğrenciler tarafından “Yarar sağlayan bir araç” ve “Gerçek hayatın bir parçası” olarak görülebilirken “Dikkatli kullanılması gereken bir araç”, “Bağımlılığın kaynağı” ve “Kötülüğün kaynağı” gibi de görülebilmektedir.

Facebook ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında öğrencilerin Facebook’u daha çok iletişim kurma, eğlenceli vakit geçirme, arkadaşlıklar edinme gibi amaçlarla kullandıkları ortaya çıkmıştır (Aksüt, Ateş, Balaban, & Çelikkanat, 2012; Atal & Usuel, 2011; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Kobak & Biçer, 2008; Koç & Karabat, 2011; Valenzuela, Park, & Kee, 2009; Wang, Moon, Kwon, Evans, & Stefanone, 2010). Örneğin Kobak ve Biçer (2008) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin Facebook sitesine üye olma sebeplerinin eski arkadaşlarını bulmak, vakit geçirmek, farklı insanlarla zaman harcamak olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca Aksüt ve diğ. (2012) ilköğretim ve ortaöğretim öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin Facebook’u oyun oynama ve özel resimlerini paylaşma amaçlı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ellison, Steinfield ve Lampe (2007) yaptıkları bir diğer çalışmada ise lisans öğrencilerinin Facebook’u daha çok yeni insanlarla tanışmak için kullandıkları sonucunu bulmuşlardır. Bu çalışmada da üretilen “Arkadaş(9)”, “İletişim aracı(5)”, “Çikolata(3)” ve “İlaç(1)” metaforları öğrencilerin Facebook’u iletişim, eğlence ve sosyal ilişki amaçlı olarak düşündüklerini ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmada çıkan sonuçlardan birisi de öğrencilerin Facebook’u dikkatli kullanılması gereken bir araç olarak görmeleridir. Öğrencilerin ürettikleri “Kola(3)”, “Patates kızartması(1)” ve “Dikenli gül(1)” metaforları Facebook’un düzgün kullanıldığı zaman yararlı, güzel ve eğlenceli olacağını fakat fazla kullanıldığı zaman çeşitli zararlarının mutlaka ortaya çıkacağını bildiklerini göstermektedir. Öte yandan öğrencilerin bir kısmı ise Facebook’un zararlı ve bağımlılık yapan bir araç olduğunu düşünmektedirler. Bu durum ürettikleri “Sigara(7)”, “Alkol(4)”, “Uyuşturucu(2)”, “Düşman(1)”, “Beyin kaybı(1)”, “Katil(1)”, “Zararlı yiyecek(1)”, “Virüs(1)” ve “Tuzak(1)” meta-

forlardan açıkça görülmektedir. Turan ve Göktaş'ın (2011) yaptıkları çalışmadaki sonuç bu çalışmayla paralellik göstermektedir. Çalışmanın bulgularına göre öğrenciler Facebook'u, vakit kaybı, asosyalleşme ve bağımlılık oluşturması, gizlilik ve güvenilirlik konusundaki endişeleri nedeniyle kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Sonuç olarak bu çalışmada öğrencilerin Facebook konusunda 3 gruba ayrıldıkları görülmektedir. Üretilen metaforlar ve sebeplerine bakıldığında öğrencilerin 41'nin (%56) Facebook konusunda olumlu düşüncelere sahip olduğu, 7'sinin (%10) hem olumlu hem de olumsuz düşüncelere sahip olduğu (dikkatli kullanıldığında olumlu) ve 25 (%34) öğrencinin ise olumsuz düşüncelere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Çıkan bu sonuçlara göre öğrencilerin Facebook konusundaki ortaya çıkan algılarının ileride yapılacak çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir. Bu çalışmaların sonuçlarına göre araştırmacılara günümüzde çılgın gibi büyümeye devam eden Facebook sosyal ağ sitesinin öğrenciler açısından nasıl daha verimli kullanılacağına ve olası zararlarının nasıl azaltılıp ortadan kaldırılabileceğine ilişkin araştırmalar yapılması önerilmektedir.

5. Kaynakça

Acır, E. (2008). İnternet'in Türk toplumunun iletişimindeki rolü: Facebook'taki Türkiye. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara.

Aksüt, M., Ateş, S., Balaban, S., & Çelikkanat, A. (2012, Şubat). İlk ve ortaöğretim öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerine ilişkin tutumları (Facebook Örneği). 15. Akademik Bilişim Konferansı'nda sunulmuş bildiri. Uşak Üniversitesi, Uşak.

Atal, D., & Usluel, Y. K. (2011). İlköğretim öğrencilerinin okul içinde ve dışında teknoloji kullanımları. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 41, 24-35.

Blackey, H., & Chew, E. (2009). Social Software Policy 2009-2012 for The University of Glamorgan. The Policy of the University of Glamorgan.

Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>> (2012, Kasım 25).

Comscore (2009). Internet users in Turkey spend more time online and consume more pages than users in other European Countries. <http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/5/Turkey_has_Seventh_Largest_Online_Audience_in_Europe> (2012, Kasım 24).

Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "Friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.

Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, O. (2010, Aralık). Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı. 15. Türkiye'de İnternet Konferansı'nda sunulmuş bildiri. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., & Chew, E. (2010). Get out of MySpace!. *Computers & Education*, 54(3), 776-782.

Kobak, K., & Biçer, S. (2008, Mayıs). Facebook sosyal paylaşım sitesinin kullanım nedenleri. 8. International Educational Technology Conference’da sunulmuş bildiri. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Koç, M., & Karabatak, M. (2011, Eylül). Sosyal ağların öğrenciler üzerindeki etkisinin veri madenciliği kullanılarak incelenmesi. 5. International Computer & Instructional Technologies Symposium’da sunulmuş bildiri. Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Kwon, O., & Wen, Y. (2010). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 254-263.

Mazman, S. G. (2009). Sosyal ağların benimsenme süreci ve eğitsel bağlamda kullanımı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Murray, C. (2008). Schools and social networking: Fear or education? *Synergy*, 6(1), 8-12.

Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M., & Baysal, N. (2011, Mayıs). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği. 6. International Advanced Technologies Symposium’da sunulmuş bildiri. Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Saban, A., Koçbeker, B. N., & Saban, A. (2006). Öğretmen adaylarının öğretmen kavramına ilişkin algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 6(2), 461-522.

Saban, A. (2008a). İlköğretim I. Kademe öğretmen ve öğrencilerinin bilgi kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *İlköğretim Online*, 7(2), 421-455.

Saban, A. (2008b). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 459-496.

Semerci, Ç. (2007). Program geliştirme kavramına ilişkin metaforlarla yeni ilköğretim programlarına farklı bir bakış. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(40), 125-140.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Yayıncılık.

Toprak, A., Yıldırım A., Aygül E., Binark M., Börekçi S., & Çomu T. (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varmım!”. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Tuomi, I. (2001). Internet, innovation, and open source: Actors in the network. *First Monday*, 6(1-8 January). <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/rt/prin terFriendly/824/733>> (2012, Kasım 27).

Turan, Z., & Göktaş, Y. (2011, Eylül). Çevrimiçi sosyal ağlar: Öğrenciler neden Facebook kullanmıyor? 5. International Computer & Instructional Technologies Symposium'da sunulmuş bildiri. Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K.F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901.

Wang, S.S., Moon, S., Kwon, K.H., Evans, C.A., & Stefanone, M.A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on facebook. *Computers in Human Behaviour*, 26(2), 226-234.

EXTENDED ABSTRACT

Purpose and Significance: Today when we mention technology we not only mention a device that is useful but also new environments. It is possible that the computer can turn into Internet as an environment. Nowadays people use Internet as a social device. It has new opportunities for social network services, personal expressions, interest groups, collaboration and sharing (Murray, 2008). Today, a lot of social network sites occur and shape people's communication, affection, collaboration, study and learning process (Gülbahar, Kalelioğlu, & Madran, 2010). Nowadays, the most useful social network site is Facebook (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, Börekçi, & Çomu, 2009). Facebook, which was unknown before 2007, has become an Internet site that is used by people actively or that is even acknowledged by people who do not use Internet (Acır, 2008). It is studied what secondary school students' Facebook perceptions are. For this purpose, secondary school students' Facebook perceptions are determined by the metaphor analysis. In the literature, metaphor analysis has not been used to determine students' Facebook perceptions. The present research can be defined as the effort to fill the gap.

Methods: In this research, primary school students' concepts about Facebook are analyzed. 144 secondary students participate in the research. 69 of students are females, while 75 of them are males. Also, 27 students are from fifth grade, 53 of them are from sixth grade, 41 of them are from seventh grade, and 23 of them are from eight grade. To define secondary school students' metaphoric portraits about Facebook, the sentence "Facebook as ... because ..." is completed. For this purpose, an empty paper is given to every participant to write their ideas and focus on a unique metaphor. At the beginning, necessary explanations are given to the students. It is emphasized a few times that students have to define Facebook and they should explain the descriptions

that they made. 20 minutes are given to the students to complete metaphors. The metaphors which are derived from the sentence “Facebook as ... because” serve as the main data source. The content analysis technique is used to examine the data collected in this study. The basic aim of the content analysis is to give a certain idea about the information that is gathered.

Findings and Comments: Students who participate in this study provide 37 metaphors about Facebook. 24 of 37 metaphors are produced by only one student. The number of students who offer 13 metaphors are between 2 and 9. The students associate 5 of 37 metaphors with people, 1 of them with animals, and 3 of them with plants. The rest of 28 metaphors are associated with the fixed objects and intangible ideas. The metaphors that are produced by students are divided into 5 general categories.

Category 1. Facebook as a useful device: 16 metaphors are presented by 32 students in this category. The important metaphors in this category are friend (9), communication device (5), chocolate (3), café (2), and water (2). Students who produce metaphors in this category perceive Facebook as a useful device. According to their ideas, Facebook is a useful device that they can reach when they need it.

Category 2. Facebook as a device which should be used carefully: 5 metaphors are produced by 7 students in this category. Key metaphors are coke (3), French fries (1), and pizza (1). Students who produce these metaphors think that Facebook may have damaging results when it is not used carefully.

Category 3. Facebook as a piece of the real life: 3 metaphors are presented by 9 students in this category. Metaphors in this category are life (5), people (2), and world (2). Students who produce these metaphors link Facebook with the real life.

Category 4. Facebook as the source of the addiction: 7 metaphors are produced by 19 students in this category. The significant metaphors in this category are cigarette (7), alcohol (4), core (3), and drug. According to the students, Facebook is an addictive device.

Category 5. Facebook as the source of harm: 6 metaphors are presented by 6 students in this category. Important metaphors produced in this category are enemy (1), trap (1), and murderer (1). Facebook is a harmful Internet site according to the students who provide metaphors in this category.

Conclusions and Recommendations: As a result, students are divided into 3 groups in terms of their Facebook concepts. When the produced metaphors and its effects are analyzed, 41 of students (56%) have positive ideas about Facebook, 7 of them (10%) have both positive and negative ideas (positive when it is used carefully) about it and 25 (34%) students have negative ideas about Facebook. According to these results, it is clear that more research on students’ perceptions about Facebook is needed to help students use social networks in a healthy way.