



Öğretmen Adaylarının Teknolojik Bir Alan Olarak Yeni Medyaya İlişkin Metaforik Algılarının Psikososyal Açıdan İncelenmesi¹

Investigation of Prospective Teachers' Metaphorical Perceptions of New Media as a Technological Field from a Psychosocial Perspective¹

Hatice İrem SANDIKÇI¹ / Ruhi ÇAY²

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi / Application Date: 10.10.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 31.12.2024

Atf İçin / To Cite This Article: Sandıkçı, H. İ. ve Çay, R. (2024). Öğretmen adaylarının teknolojik bir alan olarak yeni medyaya ilişkin metaforik algılarının psikososyal açıdan incelenmesi. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (REFAD)*, 4(2), 104-119.

ÖZ: 21. yüzyılda hızla gelişim gösteren teknolojik gelişmeler ve yenilikler, hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Yeni medya ortamları yeni toplumsallaşma biçimlerini yaratarak olumlu açıdan zaman ve mekân kavramını interaktif bir hale getirirken sosyolojik ilişkiler açısından bazı olumsuz durumları da beraberinde getirmektedir. Buradan hareketle araştırma öğretmen adaylarının yeni medya teknolojilerine yönelik algılarını metaforlar aracılığıyla açığa çıkarmaya odaklanmıştır. Araştırma, öğretmen adaylarının teknolojiyle beraber gelişim gösteren yeni medyaya ilişkin metaforik algılarının psikososyal açıdan incelenmeyi amaçlamıştır. Araştırma nitel araştırma yaklaşımlarından olgu bilim (fenomenoloji) desenine göre yürütülmüştür. Araştırmanın çalışma grubunu, bir devlet üniversitesinde öğrenim gören eğitim fakültesi öğretmen adayları oluşturmaktadır. Katılımın gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirildiği bu araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu ve metaforik algı formu kullanılmıştır. Katılımcıların metaforik algı formuna verdikleri cevaplar üzerinde içerik analizi aşamaları dikkate alınarak “tutsaklığın ifadesi, bilgiye erişimin ifadesi, bilinçli ve bilinçsiz kullanımın ifadesi, sınırsızlığın ifadesi, farklılaşmanın ve değişimin ifadesi” olmak üzere 6 temel kategori oluşturulmuştur. Bulgular öğretmen adaylarının yeni medya ortamlarından sosyal medya (Instagram, Facebook, X) türlerini daha çok kullandıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca öğretmen adaylarının yeni medyayı sıklıkla kullanmalarına rağmen olumsuz faktörlerinin de olduğu bilincini açığa çıkarmalarında etkili olmuştur. Bu araştırma öğretmen adaylarının yeni medyaya karşı metaforik algılarıyla psikolojik ve sosyolojik tutumda bulunduğu ve araştırmanın alanyazına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Eğitim, Yeni Medya, Metafor, Yeni Medya Teknolojileri

ABSTRACT: In the 21st century, rapidly developing technological developments and innovations have become an important part of our lives. While new media environments create new forms of socialization and make the concept of time and space interactive in a positive way, they also bring some negative situations in terms of sociological relations. From this point of view, the research focuses on revealing pre-service teachers' perceptions of new media technologies through metaphors. The research aimed to examine pre-service teachers' metaphorical perceptions of new media, which develops with technology, from a psychosocial perspective. The research was conducted according to the phenomenology design, one of the qualitative research approaches. The study group

¹ Lisans Öğrencisi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, haticeirem_sandikci22@erdogan.edu.tr, (Başlıca yazar / Corresponding author)

² Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, ruhi.cay@erdogan.edu.tr, 0000-0003-4587-0918

of the research consists of pre-service teachers from the faculty of education studying at a state university. Personal information form and metaphorical perception form were used as data collection tools in this study in which participation was voluntary. Taking into account the stages of content analysis on the answers given by the participants to the metaphorical perception form, 6 basic categories were formed as “expression of captivity, expression of access to information, expression of conscious and unconscious use, expression of limitlessness, expression of differentiation and change”. The findings revealed that pre-service teachers use social media (Instagram, Facebook, X) more frequently among new media environments. It was also effective in revealing the awareness of pre-service teachers that although they frequently use new media, there are also negative factors. It is thought that this research contributes to the literature with the psychological and sociological attitudes of pre-service teachers with their metaphorical perceptions towards new media.

Keywords: Education, New Media, Metaphor, Faculty of Education Prospective Teachers

1. GİRİŞ / INTRODUCTION

21. yüzyılda hızla gelişim gösteren teknolojik gelişmeler ve yenilikler, hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu açıdan günümüz dünyasına bakıldığında yeni medya teknolojilerinin kapsamlı şekilde hayatımıza dahil olduğu dikkat çeken bir durumdur. Teknolojinin getirdiği çeşitliliklere bağlı olarak yeni medyanın yaşamımıza entegre oluşu, insanların en önemli bilgi alışverişinde bulunduğu iletişim kanalını da etkisi altına almıştır. Kitle iletişim araçlarındaki çeşitliliğin artmasına bağlı olarak iletişimde kolaylıklar sağlanırken sanal benliğin atmasıyla beraber yüz yüze paylaşım, yüz yüze iletişim, duygusal iletişim gibi konularda zayıflayan bir toplum tabakası oluşmaya başlamıştır (Güney, 2014). Tüm iletişim teknolojilerini içerisinde barındıran bir kavram olarak yeni medya; hâlihazırda var olan bir medyayı, etkileşimli biçimde sayısal veriye dönüştüren ve bilgisayarlar aracılığıyla üretim ile paylaşımı olanaklı hale getiren ortamlar şeklinde tanımlanabilmektedir (Manoviç, 2001). İnternet ağının evrenselleşmesine bağlı olarak gelişim gösteren yeni medya, sayısal verilere dayanan teknoloji ile iç içedir. İnsanların cep telefonu aracılığıyla haber kanallarında yorum yapabilmeleri, tablet bilgisayarlar üzerinden gazete okuyabilmeleri, sosyal medya aracılığıyla fotoğraf paylaşabilmeleri gibi faaliyetler yeni medyanın günümüz toplumuna sunduğu özellikler arasındadır (Kırık, 2017). Yeni medyanın sunduğu bu özellikler ve imkanlar dahilinde toplumsal yapıda da önemli değişimlerden söz etmek mümkündür. Bu konuda Çambay (2015) sosyal ilişkilerin kurulma şekli ve ilişki niteliğinin ciddi ölçüde dönüşüme uğrayarak yeni toplumsallaşma biçimlerinin ortaya çıktığını aktarmaktadır. Buradan hareketle yeni medyanın etkisi altına giren toplumlar ağ toplumuna dönüşerek sosyal ilişkilerinde yeni toplumsallaşma biçimlerinin yaratıldığı söylenebilir. Nitekim bu toplumsallaşma biçimi içerisinde dikkat çeken en önemli husus, hareketsiz toplumsallaşma kavramının ön plana çıkmasıdır.

Yeni medya ortamları yeni toplumsallaşma biçimlerini yaratarak olumlu açıdan zaman ve mekân kavramını interaktif bir hale getirirken sosyolojik ilişkiler açısından bazı olumsuz durumları da beraberinde getirmektedir. Güney (2014), hem toplumsal hem de psikolojik ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kişinin kendini özgür hissetme ve sorgulama altına girmeme isteğiyle sahte kimlikler kullanarak sosyalleşme çabasında olduğunu fakat gerçek durumda yalnızlaşarak kendi benliğinden uzaklaştığını vurgulamaktadır. Buna paralel olarak Zeybek (2012) bireylerin teknolojik ağlarla desteklenmiş medyatik ortamları yaşamlarında merkez hale getirdiklerini, bahsedilen ortamları arkadaş olarak gördüklerini ve bu bağlamda sosyal ilişkilerinde kendi kabuğuna çekilerek kimlik ve toplumsal yaşamlarını yapaylaştırdıklarını aktarmaktadır. Dolayısıyla sanal ağların topluma yön verici bir unsur olarak karşımıza çıktığı günümüz dünyasında bireylerin öz benliklerini, sosyolojik ve psikolojik bütünlüklerini koruyabilmeleri, güçlü ve etkin bir iletişim kabiliyetine erişebilmeleri noktasında eğitim önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmıştır. Okul öncesi çağlardan en üst kademeye kadar devam eden eğitim sürecinde dijital çağ olarak adlandırılan yüzyılda, çocukların teknolojiyle bütüncül biçimde evrildiği bilinmektedir. Nitekim dijital çağda, çocukların sosyal ilişkilerinde zayıflık, içe kapanma, psikolojik rahatsızlık, tahammül edememe gibi sorunlarla baş başa kalmaları önemli problemler haline gelmiştir.

Durmuş ve Övür'e (2021) göre, okul öncesi dönemde yetişkinler çeşitli nedenlerle çocuklarını yeni medyatik ortamlara yönlendirirken bu durum çocukların bilişsel ve duyuşsal gelişimlerinde bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Özellikle yeni medyanın aşırı kullanımı sonucunda saldırgan davranışlar, uykusuzluk, gelişimsel rahatsızlıklar, eleştirme ve sorgulama kabiliyeti gibi sorunların artış gösterdiği üzerinde tartışılmaktadır. Yine 2019

yılında yapılan Yeni Medya ve Aile Çalıştayında; dijital ortamların çocukları cinsel içerik ve şiddetle karşı karşıya bırakma, kaygı problemi, davranış bozukluğu, dikkat eksikliği yaşama, siber zorbalık, aile fertlerinin teknolojik aletlerle fazla ilgilenmesine bağlı olarak çocuklarda ilgisizlik, aile içi iletişimin azalması ve aile fertlerinin çocuğundan habersiz kalması gibi sorunların ortaya çıktığı üzerinde durulmuştur (Yeğin, 2019).

Kullanım alanının çeşitliliğiyle ön plana çıkan metaforlar, iletişim sürecinde etkili bir öge olarak dikkat çekmektedir (Barker, 1985, Saban, 2008). Bilişsel açıdan bakıldığında da metaforlar söz sanatının ötesinde işlev görmektedir (Saban, 2008). Metaforun kelime tanımı ve işlevsellik açısından bakıldığında farklı şekillerde ele alınmıştır. Türk Dil Kurumu'nda "mecaz" olarak ifade edilirken çeşitli araştırmalarda herhangi bir kelimenin geleneksel kullanımın dışında farklı bir kelime ya da durumla karşılaştırılması ve tanımlanması olarak ifade edilebilmektedir (Yob, 2000). Literatür incelendiğinde genel açıdan yeni medya teknolojileriyle ilgili algıları ortaya koyan çalışmaların sınırlı olduğu görülürken özel anlamda sosyal medya ve Instagram ile ilgili pek çok metafor çalışmalarının yürütüldüğü görülmektedir (Egüz ve Kesten, 2018; Doğan ve Erkan, 2019). Örneğin; sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkilerinin incelendiği çalışmada, öğretmen adaylarının sosyal medyayla ilgili benzetmelerinin olumlu ve olumsuz açılardan ele alındığı tespit edilmiştir (Erdem vd., 2017). Yine öğretmen adaylarıyla gerçekleştirilen bir başka çalışma ise akıllı telefon ve sosyal medyadan uzak kalma korkusu yaşayan öğretmen adaylarının nomofobi ve Fomo gibi sorunlar yaşadıkları tespit edilmiştir (Gezgin vd., 2019). Bu sonuçların geleceğin öğretmenleri için bilişsel ve duyuşsal açıdan endişe verici olarak düşünülmektedir.

Bu bilgiler ışığında çocukların günlük zamanının çoğunu eğitim ortamında geçirmelerine bağlı olarak öğretmenlerin büyük sorumluluklarının olduğu düşünülmektedir. Bilinmektedir ki eğitimin başlıca hedeflerinden biri sağlıklı bireylerin yetiştirilebilmesidir. Bu noktada eğitimcilerin hem okul içinde hem de okul dışında çocukların iletişimlerini etkin şekilde sağlayabilmeleri için kalıcı ve bilgilendirici eylemlerde bulunması gerektiği günümüz dünyasında zorunlu hale gelmektedir. Süreç içerisinde öğretmenlere büyük görevler düşerken, öğretmenlerin bu gibi sorunlara bağlı olarak yeni medyaya ilişkin algı ve tutumları da merak edilen bir konu olmuştur. Alanyazın incelendiğinde eğitim açısından dijital çağ içerisinde yeni medyanın bireyler üzerindeki etkilerinin öğretmen adayları tarafından metaforik açıdan ortaya konulduğu herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Elde edilecek verilere bağlı olarak bu kapsamda hem eğitimciler hem de alana yönelik getirilecek önerilerin, eğitim literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada, öğretmen adaylarının teknolojik bir alan olarak yeni medya kavramına ilişkin algılarının metaforlar yoluyla ortaya çıkarılması ve bu algıların psikososyal açıdan incelenmesi amaçlanmaktadır. Genel amaç dâhilinde aşağıdaki alt amaçlara cevap aranmaktadır;

1. Öğretmen adaylarının kullandıkları yeni medya ortamları nelerdir?
2. Öğretmen adaylarının teknolojik bir alan olarak yeni medyaya yönelik geliştirdikleri metaforlar nelerdir?
3. Metaforların psikososyal özelliklere göre kategorik sınıflandırmaları (olumlu/olumsuz) nasıldır?

2. YÖNTEM

Eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan öğretmen adaylarının yeni medyaya yönelik metaforik algılarının ortaya çıkarılmasını amaçlayan bu çalışma nitel araştırma türlerinden olgu bilim (fenomenoloji) desenine göre tasarlanmıştır. Merriam (2015) fenomenolojik yaklaşıma dayalı çalışmaların insanların etkili,

duygusal ve yoğun deneyimlerini ortaya çıkarmak için kullanıldığını aktarmaktadır. Buna paralel olarak Aydın (2014) olgu bilim çalışmalarında temel amacın bireylerin yaşamış oldukları deneyimlerin özüne inerek yaşantıların iç dünyada oluşturduğu anlam ve algılamaları tespit etmek olduğunu dile getirmektedir. Bu bağlamda araştırma, öğretmen adaylarının yeni medya hakkındaki olumlu ve olumsuz bakış açılarının metaforlar aracılığıyla ortaya çıkarılması noktasında olgu bilim desenine göre yürütülmüştür.

TÜBİTAK 2209/A kapsamında gerçekleştirilen bu araştırma, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu komitesinin 11/10/2023 tarihli 2023/281 toplantı sayılı onayı ile yasal ve etik kararlara uygun şekilde yürütülmüştür. Veri toplama süreci için Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dekanlığından araştırma izni talep edilmiştir. Dekanlığın 14.03.2024 tarihli ve (E-72940495-602.04.01-5250) sayılı izni ile veri toplama süreci başlamıştır.

2.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan 1. 2. 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışma grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme tekniği kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme yönteminde araştırmacı, yaptığı araştırmaya göre ölçütlerini kendisi belirler ve belirlediği ölçütlere göre çalışma grubunu oluşturabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Araştırmaya dahil edilecek olan bireylerin yeni medya teknolojilerine yönelik bilgilerinin olması ve bu teknolojilerden aktif olarak faydalanan olmaları temel ölçütler olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırma 106 kadın ve 30 erkek olmak üzere toplam 136 öğretmen adayı ile yürütülmüştür (bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Bölüm	Sınıf Düzeyi				Cinsiyet		N
	1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	Kadın	Erkek	
Türkçe Öğretmenliği	18	8	1	8	26	9	35
Matematik Öğretmenliği	11	8	6	-	16	9	25
Fen Bilgisi Öğretmenliği	4	6	2	-	8	4	12
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	9	3	11	-	21	2	23
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	-	12	13	-	20	5	25
Sınıf Öğretmenliği	-	-	7	4	10	1	11
Resim Öğretmenliği	2	3	-	-	5	-	5
Toplam							136

2.2. Veri Toplama Araçları

Öğretmen adaylarının yeni medya kavramına ilişkin metaforik algılarının psikososyal açıdan incelenmesi için veri toplama aracı olarak “Kişisel Bilgi Formu” ve “Metaforik Algı Formu” kullanılmıştır.

2.2.1. Kişisel Bilgi Formu

Öğretmen adaylarının demografik bilgilerinin (sınıf, bölüm, cinsiyet, yeni medyatik ortamların kullanım durumu vb.) tespit edilebilmesi amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Form hazırlandıktan sonra içerik olarak bir uzmana sunulmuş ve görüşlerin ardından formun son aşamasına ulaşılmıştır.

2.2.2. Metaforik Algı Formu

Öğretmen adaylarının bir fenomeni ya da olguyu başka bir fenomen ya da olguyla benzeterek aktarabilme noktasında kullanılacak olan form “Yeni medya.....a/e benzer. Çünkü.....” ifadesinden oluşmaktadır.

Öğretmen adaylarının yeni medyaya ilişkin metaforik algılarının ve nedenlerinin bahsi geçen cümleden yararlanılarak toplanması planlanmaktadır.

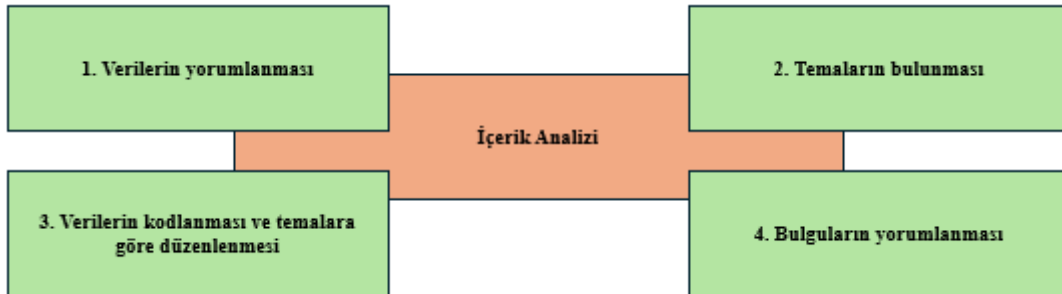
2.3. Veri Toplama Süreci

Araştırmada, öğretmen adaylarının teknolojik bir alan olarak yeni medyaya ilişkin metaforik algılarının psikososyal açıdan incelemek için kişisel bilgi formu ve metaforik algı formu hazırlanmıştır. Kişisel bilgi formunda öğretmen adaylarının demografik bilgileri (cinsiyet, kullandıkları yeni medya örnekleri, sınıf, bölüm) toplanmıştır. Metaforik algı formunda ise “Yeni medya.....a/e benzer. Çünkü.....” cümlesi sunulmuş ve öğretmen adaylarının düşüncelerini aktarmaları istenmiştir. Formlar öğretmen adaylarına dağıtılarak araştırmanın amacı, konusu ve önemi hakkında bilgilendirme yapılmış ve yüz yüze veriler toplanmıştır. Veri toplama süreci bir ay devam etmiştir. Araştırmada metaforun amacına hizmet etmeyen 55 form elenmiş ve bunun sonucunda 191 kişiden 136 kişi ile veri toplama süreci tamamlanmıştır.

2.3. Verilerin Analizi

Nitel araştırma yaklaşımlarından olgu bilim (fenomenoloji) desene göre yürütülen araştırmada elde edilen metaforik veriler, içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizinde yapılan temel işlem, görüşlerden yola çıkarak elde edilen benzer verileri, kavramlar ve kodlar kullanarak ortak bir paydada buluşturmak ve okuyucunun anlayacağı dilden ifade etmektir (Yıldırım & Şimşek, 2021).

Şekil 1: Veri Analizinde Kullanılan İçerik Analizi Aşamaları



İçerik analizi “verileri kodlama ve ayıklanma, kategori geliştirme, geçerlik ve güvenilirliği sağlama, bulguları yorumlara” olmak üzere dört aşamadan oluşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Verilerin kodlanması ve ayıklanması aşamasında formlarda belirtilen metaforlar incelenerek, araştırmanın amacına uygun olup olmadığına bakılmıştır. Uygun olmayan metafor ifadeleri ve cümleleri çıkarılmıştır ($f = 55$). Ardından metaforlar ve metafor cümleleri tablolaştırılarak kategori oluşturabilme noktasında düzenli hale getirilmiştir.

İkinci olarak temaların bulunması aşamasında metaforlar içerik olarak incelenmiş ve benzer özellik ve anlam taşıyan metaforlar ayrı ayrı kategorileştirilerek gruplandırılmıştır. Buradan hareketle öğretmen adayları tarafından dile getirilen metaforlar 5 kategori altında içeriğe göre toplanmıştır.

Üçüncü aşama olarak geçerlik ve güvenilirliği sağlama noktasında 5 (beş) kategori altında anlam bakımından aynı özellikleri taşıyan metaforların ilgili kategoriye uygun olup olmadığının saptanması noktasında uzman

görüşüne başvurulmuştur. Kategoriler ve metaforlar tablo halinde alan uzmanına listelenmiş şekilde verilmiştir. Uzman kişiye hiçbir metaforu ve kategoriye dışarıda bırakmadan eşleştirmesi gerektiği yönergede belirtilmiştir.

Dördüncü olarak bulgular ve yorumlama aşamasında katılımcıların yeni medyaya yönelik metaforları frekans olarak hesaplanmış ve ardından ilgili metafor ve cümlelerinde herhangi bir düzeltme yapılmadan olduğu gibi aktarılmıştır. Daha sonra Şekil 1’de de belirtildiği gibi içerik analizi süreci gerçekleştirilmiş ve araştırmanın geçerlik güvenilirlik sürecinin sağlanmasına dikkat edilmiştir.

2.4. Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda olduğu gibi nitel araştırmalarda da geçerlik ve güvenilirlik önemli bir yere sahiptir. Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliği sağlamak için inanırılık ve aktarılabilirlik aşamalarına dikkat edilmelidir (Yıldırım ve Şimşek (2021)). Yapılan araştırmada inanırılığın aktarılması için öğretmen adaylarının ifade ettikleri metaforlar ve cümleler araştırmacı tarafından değiştirilmeden olduğu gibi kullanılmıştır. Alanyazında yapılan çalışmalar ile de katılımcı ifadeleri desteklenmiştir. Diğer taraftan kodlayıcılar arası uyuma da bakılmıştır. Uzman incelemesinin ardından Miles ve Huberman’ın (güvenirlik = görüş birliği/görüş birliği + görüş ayrılığı) formülü dikkate alınarak araştırmanın güvenilirliği kontrol edilmiştir. Araştırma güvenilirliği noktasında (Miles ve Huberman’a (1994) göre görüş birliği ve ayrılığı sonucunda ortaya çıkan sonucun %70 ve üzeri olması halinde araştırmanın güvenilir olabileceği aktarılmaktadır. Bu bağlamda araştırmacı ve uzman değerlendirmeleri sonucunda her iki uzmanın değerlendirmelerinden hareketle araştırmada %86 oranında kodlayıcılar arası uyum (güvenirlik) sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç araştırmacı ve farklı uzmanın kodları arasında tutarlılık olduğunu göstermektedir.

Araştırmada aktarılabilirlik konusunda araştırmacı çalışma grubunu hangi kriterlere göre seçtiğini aktarmış, kullandığı analizi açık şekilde ifade ederek verilerin analizini, katılımcıların demografik bilgilerini tablolar halinde frekanslarıyla birlikte açıkça belirtmiştir.

3. BULGULAR / FINDINGS

Bu bölümde alt amaçlar dahilinde incelenen öğretmen adaylarının kullandıkları yeni medya ortamları, öğretmen adaylarının yeni medyaya ilişkin geliştirdikleri metaforlar ve öğretmen adaylarının yeni medyaya ilişkin metaforik algıları sonucunda elde edilen kategoriler yer almaktadır.

3.1. Öğretmen Adaylarının Kullandığı Yeni Medya Ortamları

Araştırmanın birinci alt amacı kapsamında öğretmen adaylarının aktif olarak kullandıkları yeni medya ortamları incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Öğretmen Adaylarının Aktif Kullandığı Yeni Medya Ortamları	f
Sosyal Medya (Instagram, Facebook, X)	124
Mobil Bankacılık	97
Web Siteleri	66
Online Oyunlar	35

Katılımcılara hangi yeni medya ortamlarından aktif olarak faydalandıkları sorulmuş ve bulgular $f = 124$ katılımcının sosyal medya (Instagram, Facebook, X), $f = 97$ katılımcının mobil bankacılık, $f = 66$ katılımcının web siteleri ve $f = 35$ katılımcının online oyunlardan aktif şekilde faydalandığını göstermektedir.

3.2. Öğretmen Adaylarının Teknolojik Bir Alan Olarak Yeni Medya Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforlara Yönelik Bulgular

Yapılan içerik analizi neticesinde elde edilen metaforik bulgular Tablo 1’de verilmiştir. Bulgular, öğretmen adaylarının yeni medyaya yönelik olumlu ve olumsuz metaforlar ortaya koyduklarını göstermiştir (Tablo 3).

Tablo 3: Öğretmen Adaylarının Yeni Medya Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforlar ve Frekanslar

Sıra	Metafor Adı	f	Sıra	Metafor Adı	f
1	Açık hava tiyatrosu	1	51	Kölelik sistemi	1
2	Ağaç	1	52	Kumanda	1
3	Ağaç kökleri	1	53	Kuş	1
4	Altın kafes	1	54	Kutu	1
5	Ansiklopedi	3	55	Kuyu	1
6	Akarsu	1	56	Küçük köy	1
7	Arşiv	1	57	Kütüphane	2
8	Arkadaş	1	58	Labirent	1
9	Ateş	1	59	Mağaza	2
10	Ayna	1	60	Makyaj	1
11	Bağımlılık	1	61	Matematik	1
12	Bahçe	1	62	Merdiven	1
13	Bataklık	2	63	Moda	1
14	Beyin	1	64	Okul	1
15	Bilgi havuzu	1	65	Okyanus	2
16	Bukalemun	1	66	Organ	1
17	Çukur	1	67	Orman	1
18	Deniz	1	68	Oyun hamuru	1
19	Deprem	1	69	Örümcek ağı	2
20	Dijital robot	1	70	Para	1
21	Dil	1	71	Pazarlama şirketleri	1
22	Dipsiz kuyu	1	72	Pencere	1
23	DNA	1	73	Postacı	1
24	Dost	1	74	Put	1
25	Dünyaya açılan yeni bir kapı	1	75	Robot	2
26	Dünya	4	76	Rüya	1
27	Evren	4	77	Sanatsal tablo	1
28	Gazeteci	1	78	Sarmaşık	1
29	Gıda	1	79	Sanal robot	1
30	Girdap	2	80	Sihirli dünya	1
31	Gökkuşağı	1	81	Sihirli güçler	1
32	Gökyüzü	2	82	Sigara	1
33	Hapishane	1	83	Sonsuzluk	2
34	Hava	1	84	Sömürü	1
35	Hayatın canlılığı	1	85	Taşıt	1
36	Hızlı tren	4	86	Toplantı ortamları	1
37	Işınlanma	1	87	Toprak	1
38	Işınlanma makinesi	1	88	Tuz	1
39	İlaç	3	89	Uçak	1
40	İletişimsiz etkileşim	1	90	Uhu	1
41	İşlenmiş maden	1	91	Uçsuz bucaksız bir yer	1
42	Kanser hücresi	1	92	Uçurum	1
43	Kangren	1	93	Uzay	1
44	Kara delik	6	94	Virtüs	2
45	Kaos	1	95	Yalan dünya	1
46	Kimlik	1	96	Yapay zeka	1
47	Kitap	2	97	Yeni bir dünya	1
48	Kılavuz	1	98	Zamanda yolculuk	1
49	Kıvılcım	1	99	Zaman makinesi	1
50	Korkuluk	1			

Öğretmen adaylarının yeni medya kavramına yönelik algılarının psikososyal açıdan incelendiği bu araştırmada toplam 99 (doksan dokuz) tane geçerli metafor ortaya çıkmıştır. Metaforların bazıları bir bazılarını ise birden fazla katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Nitekim 20 farklı metaforun 2 ile 7 katılımcı arasında değiştiği saptanırken 79 adet metaforun ise birer katılımcı tarafından aktarıldığı görülmektedir. Bunlar; açık hava tiyatrosu, ağaç kökleri, altın kafes, akarsu, arşiv, arkadaş, ateş, ayna, bağımlılık, bahçe, beyin, bilgi havuzu, bukalemun, çukur, deniz, deprem, dijital robot, dil, dipsiz kuyu, DNA, dost, dünyaya açılan kapı, gazeteci, gıda, gökkuşağı, hapishane, hava, hayatın canlılığı, ışınlanma, ışınlanma makinesi, iletişimsiz etkileşim, işlenmiş maden, kanser hücresi, kangren, kaos, kimlik, kılavuz, kıvılcım, korkuluk, kölelik sistemi, kumanda, kuş, kutu, kuyu, küçük köy, labirent, makyaj, matematik, merdiven, moda, okyanus, organ, orman, oyun hamuru, para, pazarlama şirketleri, pencere, postacı, put, rüya, sanatsal tablo, sarmaşık, sanal robot, sihirli dünya, sihirli güçler, sigara, sömürü, taşıt, toplantı ortamları, toprak, tuz, uçak, uhu, uçsuz bucaksız bir yer, uçurum, yalan dünya, yapay zeka, zamanda yolculuk, zaman makinesi olarak sıralanmaktadır.

Birden fazla katılımcının aktardığı metaforlar ise; girdap ($f = 2$), gökyüzü ($f = 2$), kitap ($f = 2$), kütüphane ($f = 2$), mağaza ($f=2$), örümcek ağı ($f=2$), sonsuzluk ($f=2$), uzay ($f=2$), virüs ($f=2$), yeni dünya ($f=2$), ansiklopedi ($f=3$), robot ($f=2$), evren ($f=4$), bataklık ($f=2$), dünya ($f=4$), hızlı tren ($f=4$) ve kara delik ($f=6$) şeklindedir. Tablo 3'te öğretmen adaylarının yeni medya kavramına ilişkin olarak ortaya koyduğu olumlu ve olumsuz anlamlar taşıyan metafor ifadeleri yer almaktadır.

3.3. Metaforların Psikososyal Özelliklere Göre Kategorik Sınıflandırmalarına (Olumlu/Olumsuz) Yönelik Bulgular

Bu bölümde öğretmen adaylarının yeni medya kavramına ilişkin metaforik algıları kategorileştirilmiş olarak tablolar halinde sunulmuştur. Metaforlar alfabetik sıralamaya göre sıralandırılmıştır. Elde edilen veriler neticesinde metaforların sıklık derecesi frekans olarak karşısında belirtildiği gibidir. Yeni medyanın psikososyal açıdan incelendiği metafor çalışmasında, metaforlar olumlu ve olumsuz anlam bakımından ele alınarak 5 kategori altında sıralanmıştır. Bunlar; “tutsaklığın ifadesi olarak yeni medya”, “bilgiye erişimin ifadesi olarak yeni medya”, “farklılaşmanın ve değişimin ifadesi olarak yeni medya”, “bilinçli ve bilinçsiz kullanımın ifadesi olarak yeni medya”, “sınırsızlığın ifadesi olarak yeni medya” şeklindedir (Tablo 4).

Tablo 4: Öğretmen Adaylarının Yeni Medyaya İlişkin Metaforik Algıları Sonucunda Elde Edilen Kategoriler

Kategoriler	Metaforlar	Metafor (f)	Katılımcı
Tutsaklığın İfadesi Olarak Yeni Medya	Altın kafes (1), Bağımlılık (1), Bataklık (2), Beyin (1), Çukur (1), Gıda (1), Girdap (2), Hapishane (1), Kangren (1), Kanser hücresi (1), Kara Delik (6), Korkuluk (1), Kölelik Sistemi (1), Kuyu (1), Labirent (1), Organ (1), Örümcek Ağı (2), Pazarlama şirketi (1), Put (1), Robot (2), Sömürü (1), Sarmaşık (1), Virüs (2)	23	33
Bilgiye Erişimin İfadesi Olarak Yeni Medya	Ağaç (1), Ağaç kökleri (1), Ansiklopedi (3), Anlık bilgi havuzu (1), Arkadaş (1), Arşiv (1), Ayna (1), DNA (1), Dünya (4), Evren (4), Gazeteci (1), Gökyüzü (2), Hava (1), Hayatın canlılığı (1), Hızlı tren (4), Işınlanma (1), Kılavuz (1), Kıvılcım (1), Kitap (2), Köy (1), Kütüphane (2), Mağaza (2), Sanal Robot (1), Sihirli güç (1), Okul (1), Uçak (1), Pencere (1), Okyanus (2), Postacı (1), Taşıt (1), Yapay zekâ (1), Zamanda yolculuk (1)	32	47

Farklılaşmanın ve Değişimin İfadesi Olarak Yeni Medya	Ağaç (1), Bukalemun (1), Dil (1), Dünyaya açılan kapı (1), Gökkuşuğu (1), Işınlama makinesi (1) Kutu (1), Merdiven (1), Moda (1), Sanatsal tablo (1), Toprak (1)	11	11
Bilinçli ve Bilinçsiz Kullanımın İfadesi Olarak Yeni Medya	Ateş (1), Bahçe (1), Deprem (1), Dipsiz kuyu (1), İlaç (1), İşlenmiş maden (1), Kimlik (1), Kumanda (1), Makyaj (1), Mağaza (2), Orman (1), Oyun hamuru (1), Para (1), Rüya (1), Sigara (1), Toplantı ortamı (1), Tuz (1), Uhu (1), Uçurum (1), Uzay (2)	20	22
Sınırsızlığın İfadesi Olarak Yeni Medya	Açık hava tiyatrosu (1), Akarsu (1), Deniz (1), Dijital robot (1), Dipsiz kuyu (1), İletişimimiz etkileşim (1), Kuş (1), Matematik (1), Sihirli dünya (1), Sonsuzluk (2), Uçsuz bucaksız bir yer (1), Uzay (2)	12	14

Yeni Medya Kavramına Yönelik Kategoriler

Kategori 1: Tutsaklığın İfadesi Olarak Yeni Medya

Psikososyal açıdan yeni medyanın olumsuz etkiler yarattığı ve bu durumun bireyler üzerinde tutsaklığa sebebiyet verdiği yönünde metaforik algılar ortaya koyan öğretmen adaylarından 33'ünün 23 farklı metafor oluşturduğu saptanmıştır. Buradan hareketle metaforlar frekans dağılımına göre; kara delik (f=6), bataklık (f=2), robot (f=2), girdap (f=2), örümcek ağı (f=2), virüs (f=2), altın kafes (f=1), bağımlılık (f=1), beyin (f=1), çukur (f=1), gıda (f=1), hapisane (f=1), kangren (f=1), kanser hücresi (f=1), korkuluk (f=1), kölelik sistemi (f=1), kuyu (f=1), labirent (f=1), organ (f=1), pazarlama şirketi (f=1), put (f=1), sömürü (f=1), sarmaşık (f=1) şeklinde sıralanmaktadır. Örnek cümleler aşağıda verilmiştir.

“Yeni medya kara deliğe benzer. Çünkü insanın vakit geçirdiği ya da harcadığı zamanda tüm mekân ve zaman algısını kaybettiğini, çevresindeki doğal güzellikler ya da yaşamın tadını alamadığını ve yapay ortamlara bu dijital yeni medyanın bizleri hapsedtiğini düşünüyorum.” K75 (kara delik)

“Yeni medya girdaba benzer. Çünkü yaklaştığı herkesi içine çekiyor ve yanında götürüyor. En sonunda ise bir enkaza dönüştürüyor.” K9 (girdap)

“Yeni medya bataklık gibidir. Çünkü herkesi o çamura bir gün sürükler. Bu yüzden bütün hayatımızı kolaylaştırması her an karartmayacağı anlamına gelmiyor.” K12 (bataklık)

“Yeni medya bağımlılık gibidir. Farkında olmadan tüm günümüzü bizden alır ve bizi kendine bağlar.” K44 (bağımlılık)

Kategori 2: Bilgiye Erişimin İfadesi Olarak Yeni Medya

Öğretmen adayları bilgiye erişim noktasında yeni medyanın olumlu yönde katkılar sağladığına yönelik ifadeye bulunmuştur. Bu yönde metaforik algılar ortaya koyan öğretmen adaylarının 50'sinin 32 farklı metafor oluşturduğu saptanmıştır. Bundan hareketle metaforlar frekans dağılımına göre; dünya (f=4), hızlı tren (f=4), evren (f=4), ansiklopedi (f=3), gökyüzü (f=2), kitap (f=2), kütüphane (f=2), mağaza (f=2), okyanus (f=2), ağaç (f=1), ağaç kökleri (f=1), anlık bilgi havuzu (f=1), arkadaş (f=1), arşiv (f=1), ayna (f=1), DNA (f=1), gazeteci (f=1), hava (f=1), hayatın canlılığı (f=1), ışınlanma (f=1), kılavuz (f=1), kıvılcım (f=1), köy (f=1), sanal Robot (f=1), sihirli güç (f=1), okul (f=1), uçak (f=1), pencere (f=1), postacı (f=1), taşıt (f=1), yapay zeka (f=1), zamanda yolculuk (f=1) şeklinde sıralanmaktadır. Örnek cümleler aşağıda verilmiştir.

“Yeni medya dünyaya benzer. Çünkü içinde her bilgi var. İnsan girince bir daha çıkamıyor. Çok farklı dünyalara açılıyor. Merak duygumuzu kamçılar.” K11 (dünya)

“Yeni medya gökyüzü gibidir. Çünkü insan anında istediği şeye istediği yerde ulaşma imkânı sağlar ve sınırsızdır.” K90 (gökyüzü)

“Yeni medya hızlı trene benzer. Çünkü hayatımızı kolaylaştırır. Hayatı hızlı yaşamamızı sağlar. Her bilgiye hemen ulaşmamıza olanak sağlar. Ulaşmak istediğimiz yere bizi hızlı tren gibi zamandan tasarruf ederek ulaştırır.” K18 (hızlı tren)

“Yeni medya mağazaya benzer. Çünkü mağazada yüzlerce farklı ürün bulunuyor ama mağazaya girdiğimizde vitrinde gözümüze çarpan veya beğendiğimiz eşyalar oluyor. Bu da kişide kişiye ve de zevklere göre değişiklik gösteriyor. Medya da tıpkı bunun gibi çeşit çeşit farklı farklı kategorilerde istediğimiz hemen hemen her şeye ulaşabiliyoruz. Fakat bunların arasından olmak istediklerimiz kişiye bağlı olarak değişiyor.” K29 (mağaza)

Kategori 3: Farklılaşmanın ve Değişimin İfadesi Olarak Yeni Medya

Öğretmen adaylarının yeni medya metaforik algılarının sonucunda yeni medyayı farklılaşmanın ve değişimin ifadesi olarak kabul ettikleri bulgularına ulaşılmıştır. Bu yönde metaforik algılar ortaya koyan öğretmen adaylarının 11 farklı metafor ortaya koyduğu saptanmıştır. Bundan hareketle metafor frekans dağılımına göre; ağaç (f=1), bukalemun (f=1), dil (f=1), dünyaya açılan kapı (f=1), gökkuşağı (f=1), ışınlanma makinesi (f=1) kutu (f=1), merdiven (f=1), moda (f=1), sanatsal tablo (f=1), toprak (f=1), şeklinde sıralanmaktadır. Örnek cümleler aşağıda verilmiştir.

“Yeni medya gökkuşağı gibidir. Çünkü her rengin ve her çeşidin bulunabildiği, kolayca ulaşıldığı bir alandır. İstenilenin görülebildiği ve istenilen şekle bürünebilen bir ortamdır.” K30 (gökkuşağı)

“Yeni medya merdivene benzer. Çünkü zaman ilerledikçe teknoloji daha çok ilerlemektedir ve bu ilerlemeye ayak uydurup basamakları bitirebilmek için adım atmamız gerekir. Yeni medyada her basamağı çıkışta bir diğer basamaktaki gelişmenin habercisi niteliğindedir.” K79 (merdiven)

“Yeni medya toprak gibidir. Çünkü ona ekilen her farklı tohum farklı meyve\sebze verir. Önemli olan ona ihtiyaç olan toprağın varlığıdır. Toprağın yoklu demek yeni mamullerin bir anlamının olmamasıdır. Yeni medya tıpkı torak gibi farklı ortamlar, araçlar yaratmaktadır.” E35 (toprak)

“Yeni medya bukalemun gibidir. Çünkü içinde bulunduğu duruma olaya olguya göre değişerek yeni bir şekil veya boyuta ulaşır.” K123 (bukalemun)

Kategori 4: Bilinçli ve Bilinçsiz Kullanımın İfadesi Olarak Yeni Medya

Yeni medya kullanımının kişiler üzerindeki iki tip olan bilinçli ve bilinçsiz kullanımı öğretmen adaylarının kullanmış olduğu metaforlardan tespit edilmiştir. Bu yönde metaforik algı ortaya koyan öğretmen adaylarından 22'sinin 20 farklı metafor oluşturduğu saptanmıştır. Bundan hareketle metaforlar frekans dağılımına göre; mağaza (f=2), uzay (f=2), ateş (f=1), bahçe (f=1), deprem (f=1), dipsiz kuyu (f=1), ilaç (f=1), işlenmiş maden (f=1), kimlik (f=1), kumanda (f=1), makyaj (f=1), orman (f=1), oyun hamuru (f=1), para (f=1), rüya (f=1) sigara (f=1), toplantı ortamı (f=1), tuz (f=1), uhu (f=1), uçurum (f=1), şeklinde sıralanmaktadır. Örnek cümleler aşağıda verilmiştir.

“Yeni medya bahçeye benzer. Çünkü ne kadar doğru kullanırsak o kadar verim alırız. Ektiğimiz her bir çiçek o bahçeyi güzelleştirir.” K120 (bahçe)

“Yeni medya makyaj gibidir. Esasında kendini gizleyen bir şeydir bana göre. İnsanlar orda sahte kimliklerini ya da olmak istedikleri şeyleri gösterir. Bir maskenin ardına saklanmış olmakta galiba böyle bir şey. Yalanlar, dolanlar ve sahteliklerin gerçekten ve gerçeklikten söz edilemez.” E33 (makyaj)

“Yeni medya orman gibidir. Çünkü iyi ve kötü her şey vardır. Kullanmasını bilirsek bir şey olmaz bilmezsek zehirli mantarı yer ve ölürüz.” K128 (orman)

“Yeni medya para gibidir. Çünkü nasıl kullanacağını bilmezsen olumsuz sonuçlara yol açabilir.” K111 (para)

Kategori 5: Sınırsızlığın İfadesi Olarak Yeni Medya

Öğretmen adayları yeni medyayı zamanın dışındaki bir zamansızlık ifadesi olan sonsuzluk tanımına ilişkin bulgular ortaya koymuşlardır. Bu bulgular kapsamınsa metaforik algılar ortaya koyan öğretmen adaylarından 15’inin 12 farklı metafor oluşturduğu saptanmıştır. Bundan hareketle metaforlar frekans dağılımına göre; sonsuzluk (f=3), uzay (f=2), açık hava tiyatrosu (f=1), akarsu (f=1), deniz (f=1), dijital robot (f=1), dipsiz kuyu (f=1), iletişimsiz etkileşim (f=1), kuş (f=1), matematik (f=1), sihirli dünya (f=1), uçsuz bucaksız bir yer (f=1), şeklinde sıralanmaktadır. Örnek cümleler aşağıda verilmiştir.

“Yeni medya deniz gibidir. Çünkü denizin altında da üstünde de fark etmediğimiz çok farklı dünyalar var. Denizin yüzeyi bazen bulanıklaşıyor bu da bazı zamanlar medyanın global ayaklanmasına benziyor ve hala keşfedilmemiş dünyalar var.” K91 (deniz)

“Yeni medya kuş gibidir. Çünkü bize özgürlük ve uçsuz bucaksız bir alan yaratır.” K31 (kuş)

“Yeni medya sonsuzluk gibidir. Çünkü çok geniş bir alana hitap ediyor.” E56 (sonsuzluk)

“Yeni medya uzaya benzer. Çünkü bizi temel yaşamımızdan alıp sonsuz bir boşluğa iter.” K105 (uzay)

4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışma aracılığıyla eğitim fakültesinde öğrenim gören öğretmen adaylarının, teknolojik gelişmelerle birlikte hızla ilerleyen yeni medyaya karşı algılarının metaforlar aracılığıyla ele alınması amaçlanmıştır. Bulgular tutsaklığın, bilgiye erişimin, farklılaşmanın ve değişimin, bilinçli ve bilinçsiz kullanımın ve sonsuzluğun ifadesi olarak yeni medya olmak üzere altı ana kategoriyi ortaya çıkarmıştır.

Öğretmen adaylarının yeni medya ortamlarıyla ilgili olarak ifade ettikleri metaforlardan hareketle ortaya çıkan önemli bir detay, yeni medyanın bireyleri tutsaklığa sürüklemesi durumudur. Bu bulgunun, yeni medyanın aşırı kullanımına bağlı olarak olumsuz etkilerini açığa çıkaran diğer çalışmalarla da benzerlik taşıdığı söylenebilir. Doğan ve Erkan (2019) tarafından Z kuşağının sosyal medyaya yönelik algılarının metafor analizi yoluyla incelendiği çalışma ile lisans eğitimi alan öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin kuyu, bulaşıcı hastalık, girdap, kol, sigara, zehir gibi metaforlar ürettikleri saptanmıştır. Dolayısıyla öğrenciler tarafından dile getirilen bu metaforlar aslında yeni medyanın bireyleri etkisi altına aldığı gerçeğini de açıkça göstermektedir. Nitekim Batu ve Güler İplikçi (2018)’nin bireylerin sosyal ortamlardan uzaklaşmama, arkadaşları arasında dışlanmama, gündemi takip

edememe gibi korkularından dolayı medya ortamlarının etkisi altında kaldığı ve bunun bir bağımlılık haline geldiği yönündeki ifadeleri de ortaya koyulan yargıyı destekler niteliktedir. Ek olarak yeni medyanın aşırı kullanımıyla ilgili de çalışmalar mevcuttur. Örneğin Büyükçorak ve Dinç (2020) sosyal medyanın aşırı kullanımının psikolojik etkilerini ele aldıkları çalışmada bireyin sosyal ortamlardan bağımsız kalmama dürtüsüyle medya ağlarını kullanma noktasında yalan söylediğini, mesleğinin ya da yerine getirilmesi gereken farklı sorumlulukları tamamlayamadığını, öz düzenleme noktasında da kendisinden taviz verdiğini aktarmaktadır. Buradan hareketle yeni medyanın hem psikolojik hem de sosyolojik bağlamda bireyi olumsuz bir sürece yönelttiği söylenebilir.

Teknoloji bugün hemen hemen hayatımızın her anında var olan bir alandır. Dolayısıyla yeni medya kullanım durumuna göre olumsuz durumlar yarattığı gibi hayatımızı şekillendirme noktasında da pek çok olumlu etkileri beraberinde getirmektedir. Günümüzde teknolojik ortamlara bağlı olarak gelişen yazılım destekli her türlü teknolojik ortamlardan kopuk bir birey, kendini güncelleştirebilme açısından da birtakım eksiklikler yaşayabilir. Bu açıdan çalışmada dikkat çeken önemli bulgular arasında öğretmen adaylarının metaforlarından hareketle yeni medyanın bilgiye erişimi kolaylaştırması, farklılaşma ve kendini güncelleştirme ve sınırsız olması yönüyle pozitif bakış açısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç alanyazında yapılan farklı çalışmalarla da benzer yönler barındırmaktadır. Egüz ve Kesten (2018) tarafından sosyal bilgiler öğretmeni adayları ile gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların ifade ettikleri metaforlar sonucunda, yol gösteren ve bilgiye ulaştıran bir kaynak olarak sosyal medya kategorisi oluşturulmuştur. Bu kategori altında katılımcıların medyayı olumlu açılardan ele aldıklarına dair ifadelerde buldukları saptanmıştır. Diğer taraftan Üztemur ve Dinç (2020) ortaokul öğrencileri ile yaptığı çalışmada öğrencilerin ifade ettikleri metaforlar ile medyanın bilgilendirici ve aydınlatıcı etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçları destekleyen çalışmada Reinhardt (2020) yeni medya ortamlarının farkında ve bilinçli şekilde kullanılması sonucunda öğrenme sürecinde etkili olabileceğini ifade etmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular irdelendiğinde medyanın bilgiye erişim hususunda bireylere sunduğu avantajların psikolojik iyi oluşu da olumlu yönden etkilediği düşünülebilir.

Hayatımızda önemli bir yeri olan yeni medya teknolojilerinin bireyler tarafından nasıl kullanıldığı da önemli bir konudur. Literatür incelendiğinde yeni medyanın kullanımına bağlı olarak ebeveynlerin de farklı yaklaşım içinde olduğuna yönelik araştırmalar mevcuttur. Örneğin Duygulu (2018) yeni medya ortamlarından biri olan sosyal paylaşım ağlarının kullanımıyla ilgili olarak hem ebeveynlerin hem de çocukların bu ortamlardan etkilenme durumu üzerine yoğunlaştığı çalışmada, çocuk ve yetişkin bireylerin sanal mecrada kendine farklı bir kimlik oluşturduğunu, bu kimlik üzerinden sosyal yaşantısını yönlendirdiğini aktarmaktadır. Özellikle sosyal medyaya aşırı maruz kalan çocukların aile içi iletişimlerinin iyileştirilmesi ve sanaldan ziyade gerçek kişilerle iletişim halinde olmasının kişilik gelişimi açısından önemli olduğu vurgulanmaktadır. Başka bir çalışmada ise Özmen (2018), yeni medya ortamlarının bilinçsiz kullanımının siber zorbalığa sebebiyet verdiğini dile getirmektedir. Araştırma, özellikle de okul çağındaki çocukların sanal ortamda şaka olarak algıladıkları eylemlerin aslında hem cinsleri açısından ciddi zararları olduğunu vurgulamaktadır. Bu konu aslında bilinçli ve bilinçsiz kullanımla da bağlantılı olduğu söylenebilirken araştırma bulgularımızı da desteklemektedir. Buradan hareketle yeni medya ortamlarının bilinçli ya da bilinçsiz kullanıma göre yaratacağı etkilerin öğretmen adayları tarafından farkında olunması araştırmanın önemli bir bulgusu olarak söylenebilir. Dolayısıyla sanal mecraların bilinçli ve bilinçsiz kullanımının olumlu ve olumsuz yönlerinin hem ebeveynlere hem de çocuklara aktarılması gerektiği

düşünülmektedir. Araştırmalardan da yola çıkarak ifade edecek olursak yeni medya ortamlarının bilinç dahilinde kullanılması gerektiğinin psikolojik ve sosyolojik açıdan fayda sağlayacağı söylenebilir. Bu kapsamda araştırma bulgularımızda öğretmen adaylarının metaforlar aracılığıyla bu konulara değinmesinin, gelecek nesilleri bilinçlendirmede önemli bir bulgu olarak karşımıza çıktığı düşünülmektedir.

Yeni medya ortamları evrensel gelişmeleri takip edebilme, çağın gerekliliklerini sağlayabilme noktasında önemlidir. Ancak kişisel benliği kaybetme, sanal benlikler üzerinden yeni arkadaşlıklar edinme gayreti içerisine girerek oto kontrolü yitirme vb. durumlar da karşılaşılan olumsuzluklar arasındadır. Bu nedenle sağlam bir psikolojiye sahip, bilinçli ve kendinin farkında olan bireyler yetiştirebilme açısından geleceğin öğretmenlerinin önemli görevleri olduğu düşünülmektedir. Sonuç olarak bu araştırma öğretmen adaylarının yeni medyaya karşı metaforik algılarıyla psikolojik ve sosyolojik tutumda bulunduğu ve araştırmanın alanyazına katkı sağladığı düşünülmektedir.

4.1. Öneriler

Araştırma eğitim fakültesinde öğrenim gören farklı bölümlerdeki öğretmen adayları ile gerçekleştirilmiş ve veriler form ile doğrudan elde edilmiştir. Gelecek çalışmalarda farklı bölümlerden eşit sayıda öğrenciler çalışmaya katılarak odak grup görüşmeler gerçekleştirilebilir ve derinlemesine incelemeler yapılabilir.

Araştırma nitel araştırma paradigması kapsamında yürütülmüştür. Bundan sonraki çalışmalar nicel ve nitel verilerin bir arada toplanıp yorumlandığı karma yöntem kapsamında gerçekleştirilebilir ve farklı analiz programları ile incelemeler yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Aydın, S. (2014). Olgu bilim araştırma. M. Metin (Ed.), *Kuramdan uygulamaya bilimsel araştırma yöntemleri* içinde (s. 287-311). Ankara: Pegem.
- Batu, M., & Güler İplikçi, H. (2018). Yeni medya rahatsızlıkları: Yeni nesil medyaya farklı bir bakış. IV. International conference on applied economics and finance & extended with social sciences. 28-30 November.
- Barker, P. (1985). *Using metaphors in psychotherapy*. Routledge.
- Büyükçorak, M., & Dinç, M. (2020). Sosyal medyanın aşırı kullanımının psikolojik etkileri ve Türk gençlerinin sosyal medyayı kullanım özellikleri. *Psikoloji Araştırmaları*, 1(1), 30-33.
- Çambay, O. S. (2015). Bir toplumsallaşma aracı olarak yeni medya: Kuramsal bir değerlendirme. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 237-247.
- Doğan, S. ve Erkan, İ. (2019). Z kuşağının sosyal medyaya yönelik algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Yaşar Üniversitesi E – Dergisi*, 14, 146-155. <https://doi.org/10.19168/jyasar.633557>.
- Duygulu, S. (2018). Yeni medya teknolojilerinin K-kuşağının ebeveynleriyle olan iletişimine etkisi. *TRT Akademi*, 3(6), 632-653.
- Durmus, K., & Övür, A. (2021). Medya etkileri bağlamında okul öncesi dönem çocuklarının yeni medya kullanımının analizi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(2), 136-155.
- Egüz, Ş., ve Kesten, A. (2018). Sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencilerinin sosyal medya algılarının metafor yoluyla belirlenmesi. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 7(3), 219-240. <http://dx.doi.org/10.30703/cije.403147>.
- Erdem, A. Alkan, M. F. Ve Erdem, Ş. (2017). The perceptions of preservice teachers about the concept of social media. *Karaelmas Journal of Educational Sciences*, 5, 169-179.
- Gezgin, D. M., Hamutoğlu, N. B., Sezen-Gültekin, G. & Yıldırım, S. (2019). Preservice teachers' metaphorical perceptions on smartphone, no mobile phone phobia (Nomophobia) and fear of missing out (Fomo). *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 8(2), 733-783.
- Gün M., ve Şimşek R. (2017). Türkçe öğretmenliği öğrencilerinin türkçe konuşan yabancılara yönelik metaforik algıları. *Route Educational and Social Science Journal*, 19, 365-378.
- Güney, E. (2014). *Dijital görsel kültür ve yeni medya ekseninde sanatın değişen rolü*. Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230-261. <https://doi.org/10.19145/gumuscomm.300815>.
- Koç, U. (2020). Üniversite öğrencilerinin beden eğitimi kavramına ilişkinin metaforik algıları. *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 11-20.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2005). *Metaforlar: Hayat, anlam ve dil* (Çev. G. Y. Demir). İstanbul: Paradigma.
- Manovich. L. (2001). *The language of new media*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Merriam, B. S. (2017). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber*. (S. Turan, Çev.). Ankara: Nobel.
- Miles, M. B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis : An expanded sourcebook* (2nd Edition). Calif. : SAGE Publications.

- Miller S. (1987). Some comments on the utility of metaphors for educational theory and practice. *Educational Theory*, 37(3), 219-227.
- Özmen, Ş. Y. (2018). Dijital şiddet, siber zorbalık ve yeni medya okuryazarlığı üzerine bir değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 11(61), p. 958–966, 2018. DOI 10.17719/jisr.2018.2989.
- Reinhardt J. (2020). Metaphors for social media-enhanced foreign language teaching and learning. *Foreign Language Annals*, 53, 234–242. <https://doi.org/10.1111/flan.12462242>.
- Türk Dil Kurumu (2024). *Metafor*. Ankara: TDK.
- Saban, A. (2008). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55(55), 459-496.
- Üztemur, S. ve Dinç, E. (2020). Medya okuryazarlığı bağlamında ortaokul öğrencilerinin sosyal medya algıları: Bir metafor çalışması. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 6(1), 92-103. DOI: <https://doi.org/10.34137/jilses.698764>.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yeğin, D. (Ed.). (2019). *Yeni medya ve Aile Çalıştayı*. İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları.
- Yob, I. M. (2003). Thinking constructively with metaphors. *Studies in Philosophy and Education*, 22, 127-138.
- Zeybek, I. (2012). *İnternet mucizesi olarak yaşam alanı bulan sanal benliklerin önlenemez yükselişi!*, Yeni Medya ve...., (ed. Deniz Yengin), İstanbul, Anahtar Kitaplar.