

Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Algıları: Metafor Analizi Örneği¹

Bahar ÖZET²

Güldalı AYBAŞ³

Neşe DURAN⁴

Gönderim Tarihi: 27.10.2024 Yayın Tarihi: 31.12.2024 Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu araştırmanın amacı lise 10. sınıfta eğitim gören öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım sürelerinin ve sosyal medya kavramına ilişkin algılarının ve bakış açılarının kullandıkları metaforlarla incelenmesidir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim deseni kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini 80'i kız 75'i erkek olmak üzere toplam 155 10. sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Öğrencilerden verileri toplamak için cinsiyet ve günlük sosyal medya sürelerinin de sorulduğu "Sosyal Medya Metaforik Algı Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçekte öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin zihni imgelerini yani metaforları belirlemek adına "Sosyal medyagibidir/a benzer; çünkü....." ifadesindeki boşlukları doldurmaları talep edilmiştir. Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik metaforik algılarının incelenmesi amacıyla toplanan verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. Öncelikle elde edilen veriler kodlanmış kategorilere ve temalara ayrılmıştır. Her tema için kullanılan metafor yüzde ve frekansları hesaplanmıştır. Elde edilen veriler incelendiğinde toplam 101 adet metafor belirlenmiştir. Belirlenen metaforlar olumlu, olumsuz ve hem olumlu hem olumsuz olmak üzere 3 kategoriye ayrılmıştır. Olumlu kategorisi bilgi edinme, eğlenme, gereksinim, iletişim, aile, bağımsızlık, hatıra biriktirilen yer ve gelir kapısı şeklinde 8 farklı temaya ayrılmıştır. Olumsuz kategorisi ise zaman kaybı, bağımlılık yapma ve zarar verme şeklinde 3 farklı temaya ayrılmıştır. Hem olumlu hem olumsuz kategorisi ise metafor açıklamaları doğrultusunda ayrı bir kısım olarak ele alınmıştır. Araştırmanın bulguları benzer çalışmalar ışığında tartışılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Lise öğrencileri, Metafor

High School Students' Perceptions About Social Media: An Example of Metaphor Analysis

Abstract

The aim of this research is to examine the daily social media usage times of 10th grade high school students and their perceptions and perspectives on the concept of social media with the metaphors they use. The phenomenological pattern, one of the qualitative research methods, was used in the research. The sample of the research consists of a total of 155 10th grade students, 80 of whom are girls and 75 of whom are boys. To collect data from students, the "Social Media Metaphorical Perception Scale", which also asked about gender and daily social media time, was used. In order to determine students' mental images, that is, metaphors, regarding social media, they were requested

¹ Bu çalışma 13. Uluslararası Yeni Dünyada İletişim Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

² Sorumlu Yazar: Bahar Özet, Çocuk Gelişimi Uzmanı, İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye, baharozet@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0156-6017

³ Güldalı Aybaş, Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye, guldaliaybas@aydin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-3282-1802

⁴ Neşe Duran, Öğr. Gör., İstanbul Gedik Üniversitesi, Türkiye, nese.duran@gedik.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-8920-8577

to fill in the blanks in the statement includes the following words: "Social media is like/similar to;" "because.....". Content analysis was used to analyze the data collected to examine students' metaphorical perceptions towards social media. First of all, the data obtained was divided into coded categories and themes. The percentages and frequencies of metaphors used for each theme were calculated. When the data obtained was examined, a total of 101 metaphors were identified. The identified metaphors are divided into 3 categories: positive, negative and both positive and negative. The positive category is divided into 8 different themes: obtaining information, entertainment, needs, communication, family, independence, place to collect memories and source of income. The negative category is divided into three different themes: waste of time, addiction and harm. Both positive and negative categories were discussed as a separate section in line with the metaphor explanations. The findings of the research were discussed in the light of similar studies and suggestions were made.

Key Words: Social media, High school students, Metaphor

Giriş

Yaşadığımız yüzyılda bilgi, bilgisayar ve iletişim teknolojisi gittikçe ilerlemekte, küresel gelişmeler yaşanmakta, internet kullanımı yaygınlaşmakta ve bu da insan hayatını çeşitli yönlerden etkilemektedir (Pumper vd., 2013; Sağar ve Özçelik, 2023). Tüm bu değişimlerle beraber toplumun günlük rutininin vazgeçilemez bir unsuru haline gelen sosyal medya (Wahyoedi vd., 2023), kişilerin neyi, ne zaman, nerede ve kiminle öğreneceklerini belirlemektedir (Greenhow vd., 2009). Modern toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya bireylerin etkileşim kurma, bilgi aktarma ve görüşlerini dile getirme stillerini değiştirmiş, küresel topluluğu ilgilendiren güncel konuları analiz ve müzakere ederek ortaklaşa fikir üretebilecekleri sanal bir ortam sağlamıştır (Ausat, 2023; Obar ve Wildman, 2015).

Obar ve Wildman (2015) sosyal medyayı içeriğini ve profilini kullanıcının oluşturduğu, oluşturulan bu sistemle diğer kişilerin ya da grupların profillerine bağlantı kurarak çevrimiçi sosyal ağların gelişmesine imkân sağlayan internet tabanlı Web 2.0 uygulamaları olarak tanımlamıştır. Sosyal medyaya kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin birey ve toplumlar tarafından paylaşılmasına, değiştirilmesine, tartışılmasına fırsat tanıyan etkileşimin çok aktif olduğu platformlar da denilmektedir (Bostancı, 2010; Kulandairaj, 2014; Maitri vd., 2023). Sosyal medyayı diğer teknolojilerden ayıran özellik kullanıcılarının içerik paylaşabilmesi, paylaşılan içeriğe yorumlarla müdahale edilebilmesi ve geri bildirim alabilme imkânının olmasıdır (Bat, 2012; Erdem vd., 2017; Kaplan ve Haenlein, 2010; Moreno ve Kota, 2014).

Sosyal medya kullanımı bireylerin sosyalleşerek, sosyal becerilerinin gelişmesine, yeni bilgiler öğrenmelerine, hobi alanlarındaki gelişmeleri takip etmelerine, zaman ve mekân kavramı önemli olmaksızın iletişim kurabilmelerine ve eğlenmek için yeni ortamlar keşfetmelerine imkân sağlamaktadır (Olanbye-Onkonofua, 2021). Sosyal medya platformlarıyla kişiler alışveriş yapabilmekte, sağlık ve eğitim gibi birçok alanda yenilikleri takip edebilmektedirler (Berryman vd., 2018; Infante ve Mardikaningsih, 2022; Wiederhold, 2020). Bunların yanı sıra sosyal medyanın resim, ses, anlık görüntü ve video paylaşma, hızlı yayınlama, mesajlaşma, doğrudan bağlantı kurma ve tüm dünyaya en ucuz şekilde bağlanma gibi faydaları da vardır (Griffiths vd., 2014; Shabir vd., 2014; Yohanna, 2020). Sosyal medya bilgiye ulaşma ve yayma, duygu ve düşünce aktarma, içerik paylaşma gibi kullanıcılarının hedeflerine ulaşmalarını ve birçok ihtiyaçlarının karşılanmasını kolaylaştırır (Karabulut vd., 2017; Sağar, 2022). Sosyal medyanın grup çalışmalarında grup üyeleri ile iletişim kurma ve eğitim materyalleri paylaşma gibi faydalı eğitim faaliyetleri için kullanılması akademik performansı ve öğrencilerinin motivasyonunu olumlu yönde etkilemektedir (Ansari ve Khan, 2020; Bote-Vericad, 2021; Gall vd., 2020; Martinez-Cardama ve Caridad-Sebastian, 2019; Moreno- Guerrero vd., 2020). Sosyal medya

kullanımında gizlilik ve güvenilirlik sağlandığında insanlar için okul, kütüphane, öğretmen, psikolog, sosyal çevre, arkadaş, dost ve sahne görevi görebilmektedir (Sanlav, 2014).

Sosyal medya topluluk haline gelip karşılıklı konuşabilme, insanların aralarındaki bağı güçlendirebilme, kişisel sayfa ve içerik oluşturabilme, istediği kişileri takip etme, kolay ulaşılabilirlik, güncel ve ucuz olma özelliklerinin yanı sıra kişinin kullandığı amaca göre sağladığı fazlaca akıllıca alternatif sayesinde her kesimden insanın kullandığı bir uygulama haline gelmiştir (Breakenridge, 2009; Jarman vd., 2022). Sosyal medya kullanıcılar arasında değişik yaş gruplarında değişik etkiler oluşturmaktadır (Doğan ve Erkan, 2019). Sağladığı imkanlarla insan hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya, gençlerin hayatında daha etkin hale gelmiştir (Asare-Donkoh, 2018; Sankar ve Pushpa, 2020). Gençler sosyal medyayı hayatlarının bir parçası gibi görmekte ve zamanlarının çoğunu bu platformlarda geçirmektedirler (Otrar ve Argın, 2014; Reinhardt, 2020).

Özellikle gençler tarafından kullanılan sosyal medya platformlarının insan hayatına birçok olumlu etkisi olduğu gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Nesi, 2020; Vanden Abeele ve Mohr, 2021). Sosyal medya kullanımı için kişilerin sürekli cep telefonu ile etkileşim halinde olması kaygı artması, uyku kalitesinin düşmesi ve odaklanma becerisinin azalması gibi nörolojik sonuçlar doğurabilmektedir (Crawford, 2015; Kardaras, 2016). Ayrıca bilinçsiz kullanılan sosyal medya kişilerde davranışsal bağımlılık yaratabilmektedir (Alter, 2017; Schüll, 2014). Sosyal medya bağımlılık yapıcı etkisiyle sağlık durumunun bozulmasına, zayıf zaman yönetimine, konsantrasyon eksikliğine ve düşük akademik performansa sebep olabilmektedir (Nurudeen vd., 2023). Sosyal medyanın teknolojiye karşı güvensizlik oluşturduğu, aile ilişkilerini zedelediği, arkadaşlıkları bozduğu, hayatı zorlaştırdığı, suç işleme hususunda risk ve tehdit oluşturabileceği, fiziksel sorunlara, psikolojik rahatsızlıklara, değer yozlaşmasına, olumsuz sosyalleşmeye, kötü niyetli kişilerle arkadaşlık kurmaya, kişinin günlük rutinini aksatmasına, yaşına uygun olmayan içeriğe, siber zorbalığa, şiddete ve suça maruz kalmasına sebebiyet verdiği belirtilmiştir (Aydın ve Çelik, 2016; Çelik, 2017). Dolayısıyla sosyal medya kullanımının artması kişinin refah düzeyini olumsuz etkilemektedir (Shakya ve Christakis, 2017; Shi vd., 2020; Vannucci vd., 2017). Çevrimdışı hayattan gerekli duygusal desteği alamamış olan bireyler sosyal medyaya doğru yönelmektedir (Brailovskaia vd., 2018). Duygusal desteğin çevrimiçi dünyada aranması kişilerin beğenilerini ve takipçi sayılarını daha sık kontrol ederek bir şey kaçırma kaygısına sebebiyet vermektedir (Fang vd., 2020). Dolayısıyla sosyal medya kontrolsüz kullanıldığı zaman kaygıya ve bir şeyi kaçırır mıyım korkusuna neden olabilmektedir (Barry ve Wong, 2020; Brown ve Kuss, 2020; Hayran vd., 2020; Sela vd., 2019). Sosyal medyanın akıllı telefonların en çok kullanılan ve ekran süresinin çoğunu kaplayan uygulamalar olmasıyla bu durum sürekli telefonu kontrol etme hissi uyandırabilmektedir (Deng vd., 2019). Ayrıca sosyal medyada paylaşılan abartılı ve gerçeği yansıtmayan yaşantılar kişilerin kendi hayatlarıyla kıyaslamalar yaparak kendilerini yetersiz hissetmelerine kapı açmış olmaktadır (Karim vd., 2020; Ra vd., 2018; Twenge ve Campbell, 2019).

Dünya genelinde gençler ile sosyal medya ve telefon kullanımı üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Pew Research Center (2024) tarafından yapılan araştırma bulgularına göre gençlerin %72'si yanlarında telefonları olmadığında ve sosyal medya kullanmadıklarında sıklıkla kendilerini huzurlu hissettiklerini söylerken, %44'ü kendilerini kaygılı hissettiğini belirtmiştir. Katılımcıların %69'u hobi ve ilgi alanlarını takip etmenin kolaylaştığını belirtirken %30'u yaşatlarının sosyal beceriler öğrenmesine yardımcı olduğunu vurgulamıştır. Anderson vd. (2023) çalışmasında bulunan gençlerden 10 kişiden 4'ünün telefonu ile çok fazla vakit geçirdiğini belirtmiştir. Dhoest ve Van Ouytsel (2023) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların %63'ü sosyal medya kullanırken çok fazla vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Yapılan araştırmalar sosyal medya kullanımının hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin olduğunu göstermektedir. Bireylerin herhangi bir konu ile ilgili algı ve bakış açılarını öğrenmenin bir yolu da metafor analizidir (Ümmet, 2017). Özellikle gençlerin belirli kavramlara karşı olan algılarını ve iç dünyalarını anlamak için metafor kullanmanın etkili bir yöntem olabileceği düşünülmektedir (Elmas ve Demir, 2018). Kişi kendi yaşantısını anlamlandırmaya çalıştığı gibi sosyal dünyayı da metaforlar ile anlamlandırabilir (Stephens ve Breheny, 2013). Metafor, kavramları analogiler kullanarak birbirine bağlayan (Tham vd., 2021), birbirine benzemeyen iki kavram arasında bir bağ kurarak insanda var olan zihinsel şemasının diğer var olan zihinsel şemaya yansıtılarak zihnin kavrayış biçiminden anlayış biçimine doğru yol almasını sağlar (Ekici, 2016; Saban, 2020; Seyhan, 2017). Metafor kullanmak herhangi bir olgu ya da kavramı benzetme kullanarak ve bilinenlerden faydalanarak daha az bilineni açıklamaya çalışmaktır (Balcı, 2003; Cerit, 2008). Metaforların analizi ise kişinin içinde bulunduğu kararsızlığın somutlaştırılarak keşfedilmesine olanak tanıdığı gibi açıklanan kavramın açıklanma sebebiyle başkalarına aktarılmasını da içerir (Pires vd., 2021; Wyatt, 2021).

Literatür incelendiğinde ise sosyal medyanın metaforik algısı üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Vanden Abeele vd. (2022) yaptığı çalışmada sosyal medya metaforlarından uyuşturucu şeytan ve donatı ele almış ve sosyal medya kullanımıyla dijital refah ve dijital bağlantısızlık arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Alanyazında ortaokul ve 5. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına yönelik metafor algılarının incelendiği çalışmalara rastlanmaktadır (Çelik, 2019; Martin vd., 2018; Üztemur ve Dinç, 2020; Zeytinli ve Ekici, 2023). Öğretmen ve öğretmen adayları ile de sosyal medyanın metaforik algısı üzerine çalışmalar bulunmaktadır (Avcı, 2020; Egüz ve Kesten, 2018; Erdem vd., 2017). Ayrıca sosyal medya kullanan bireylerin çoğunluğunu oluşturan ergenler ve Z kuşağı ile ilgili çalışmalar (Doğan ve Erkan, 2019; Sağar ve Özçelik, 2023) literatürde yer alsa da özellikle lise öğrencileri ile günlük sosyal medya kullanım süresinin de incelendiği çalışmaların sayısı oldukça azdır. Sosyal medyanın hızla gelişip değiştiği yüzyılda gençlerin bakış açılarının da değişebileceği düşünüldüğünde araştırmanın amacı lise 10. sınıf öğrencilerinin sosyal medya algılarının metaforik olarak incelemesi, alt amacı ise lise öğrencilerinin günlük ortalama sosyal medya kullanım sürelerinin belirlenmesidir.

Yöntem

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın modeli ve çalışma grubu, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ve uygulama süresi, verilerin analizi ve etik kurul iznine ilişkin bilgilere yer verilecektir.

Araştırmanın modeli

Lise 10.sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin metaforik algılarının incelendiği bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden olan olgu bilim deseni (fenomenoloji) ile gerçekleştirilmiştir. Olgu bilim deseni hayatın içinde olan olgularla alakalı bilginin normal akış içerisinde değiştirilmeden ve kaynağından alınıp somutlaştırılarak dışarıya aktarılmasıdır (Maxwell, 2008). Burada amaç gerçek hayatta var olan bir olgunun kendi bağlamında detaylı olarak anlaşılmasını kolaylaştırmak ve araştırılan olgunun insanlarda yarattığı algıya ulaşmaktır (Baltacı, 2019). Verilerin kaynağı ile görüşmeler yapıldıktan sonra içerik analiziyle gerekli kodlamalar yapılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Metafor, kavramları analogiler kullanarak birbirine bağlayan (Tham vd., 2021), birbirine benzemeyen iki kavram arasında bir bağ kurarak insanda var olan zihinsel şemasının diğer var olan zihinsel şemaya yansıtılarak zihnin kavrayış biçiminden anlayış biçimine doğru yol almasını sağlar (Saban, 2020; Seyhan, 2017; Ekici, 2016). Metafor kullanmak herhangi bir olgu ya da kavramı benzetme kullanarak ve bilinenlerden faydalanarak daha az bilineni açıklamaya

çalışmaktadır (Balcı, 2003; Cerit, 2008). Metaforların analizi ise kişinin içinde bulunduğu kararsızlığın somutlaştırılarak keşfedilmesine olanak tanıdığı gibi açıklanan kavramın açıklanma sebebiyle başkalarına aktarılmasını da içerir (Wyatt, 2021; Pires vd., 2021). Bu çalışmada lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin algıları metafor analizi ile incelenmiştir.

Araştırmanın Çalışma Grubu

Bu araştırmanın örneklemini, 2023-2024 eğitim-öğretim yılı güz döneminde İstanbul ilinde farklı ilçelerde öğrenim gören 80'i kız 75'i erkek toplam 155 lise 10.sınıf öğrencisi ile yürütülmüştür. Örneklem seçiminde basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile oluşturulmuştur. Seçkisiz örnekleme yönteminde evreni oluşturan öğrencilerin örneklem grubuna seçilme ihtimali birbirinden bağımsız ve eş değerdedir. Basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile evreni temsil gücü yüksek ve geçerli genellemelerin yapılabileceği örneklem grubu oluşturulması amaçlanır (Büyüköztürk vd., 2013).

Veri Toplama Araçları ve Süresi

Araştırma verileri öğrencilere yüz yüze gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra yeterli süre verilerek toplanmıştır. Veri toplama sürecinde lise 10.sınıf öğrencilerine araştırmacılar tarafından hazırlanan demografik bilgi formu ve sosyal medya metaforik algı ölçeği dağıtılmıştır. Demografik bilgi formunda öğrencilere cinsiyetleri ve günlük sosyal medya kullanım süreleri sorulmuştur. Sosyal medya metaforik algı ölçeği ile lise öğrencilerinin sosyal medya metaforik algılarının belirlenmesi amacıyla öğrencilerden “Sosyal medya..... gibidir/a benzer, çünkü.....”ifadesi doldurmaları istenmiştir. Metafor kullanımında benzetilen kavramın benzetilme sebebinin açıklanması gerekmektedir (Forceville, 2002). Bu yüzden katılımcılardan çünkü ifadesini devam ettirerek benzetme sebebinin açıklanmaları istenmiştir. Burada amaç araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı bir nesne, olgu ya da duruma benzetip gerekçelerini sunmalarını sağlamak, metafor konusu ve kaynağı arasındaki bağlantıyı net bir şekilde ortaya koymaktır.

Verilerin Analizi

Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik metaforik algılarının incelenmesi amacıyla toplanan verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. Öncelikle elde edilen veriler kodlanmış kategorilere ve temalara ayrılmıştır. Her tema için kullanılan metafor yüzde ve frekansları hesaplanmıştır. Veriler kod ve temalara göre tanımlanıp düzenlendikten sonra bulgular ve yorumlamalarına geçilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Elde edilen veriler kodlar oluşturulup kategori ve temalara ayrılarak yorumsuz bir şekilde okuyucuya sunulmuştur. Öğrenci kodları ile beraber doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Araştırmanın geçerliliğinin desteklenmesi ve elde edilen veri ve sonuçların tutarlılığı için uzman görüşü ve akademisyen onayı alınmıştır (Merriam, 2013; Cresswell, 2009). İç güvenilirlik başka bir araştırmacının toplanan 155 veriden seçkisiz olarak seçtiği 40 veri ile kodlama yapması sonucu sağlanmıştır. Bunun için güvenilirlik formülü (Güvenirlik = Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) kullanılmıştır (Miles ve Huberman, 1994). Analiz sonucunda benzerlik katsayısı .85 bulunmuştur (Güvenirlik=34/34+6=0.85).

Bulgular

Lise 10.sınıf öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım sürelerinin ve sosyal medyaya yönelik metaforik algıların incelenmesi sonucu elde edilen bulgular aşağıda tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 1. Lise Öğrencilerinin Günlük Sosyal Medya Kullanım Süreleri

| Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi | Öğrenci Kodları | Frekans |
|-------------------------------------|--|------------|
| 10 saat | EÖ1, EÖ7, EÖ37, KÖ20, KÖ21 | 5 |
| 9 saat | EÖ44, KÖ11, KÖ12, KÖ22 | 4 |
| 8 saat | EÖ2, EÖ6, EÖ9 EÖ21, EÖ45, EÖ60, EÖ61, KÖ7, KÖ9 KÖ54, KÖ56 | 11 |
| 7 saat | EÖ10, EÖ50, EÖ74, KÖ33, KÖ55 | 5 |
| 6-7 saat | KÖ13, KÖ19, KÖ37 | 3 |
| 6 saat | EÖ15, EÖ20, EÖ22, EÖ26, EÖ29, EÖ39, EÖ51, EÖ52, EÖ55, EÖ56, EÖ72, KÖ3, KÖ8, KÖ10, KÖ40, KÖ47, KÖ49, KÖ51, KÖ52, KÖ57, KÖ69, KÖ78 | 22 |
| 5-6 saat | EÖ13, KÖ15, KÖ30 | 3 |
| 5 saat | EÖ3, EÖ4, EÖ14, EÖ16, EÖ30, EÖ40, EÖ43, EÖ46, EÖ48, EÖ57, EÖ58, EÖ59, EÖ65, EÖ66, EÖ67, EÖ68, EÖ71, KÖ2, KÖ6, KÖ31, KÖ32, KÖ39, KÖ41, KÖ46, KÖ48, KÖ58, KÖ59, KÖ62, KÖ63, KÖ68, KÖ71, KÖ74, KÖ77, KÖ80 | 34 |
| 4-5 saat | EÖ18, KÖ14, KÖ17, KÖ18 | 4 |
| 4 saat | EÖ5, EÖ8, EÖ12, EÖ17, EÖ23, EÖ31, EÖ32, EÖ42, EÖ47, EÖ49, EÖ53, EÖ62, EÖ64, EÖ70, EÖ73, KÖ1, KÖ5, KÖ23, KÖ24, KÖ25, KÖ35, KÖ36, KÖ38, KÖ42, KÖ45, KÖ50, KÖ53, KÖ61, KÖ64, KÖ67, KÖ72, KÖ73, KÖ79 | 33 |
| 3-4 saat | EÖ11, EÖ19, EÖ25, KÖ16 | 4 |
| 3 saat | EÖ27, EÖ33, EÖ35, EÖ38, EÖ41, EÖ54, EÖ63, EÖ69, EÖ75, KÖ28, KÖ29, KÖ34, KÖ60, KÖ66, KÖ70, KÖ75 | 16 |
| 2-3 saat | EÖ24 | 1 |
| 2 saat | EÖ34, KÖ4, KÖ27, KÖ43, KÖ44, KÖ76 | 6 |
| 1-2 saat | EÖ28, KÖ26, KÖ65 | 3 |
| 1 saat | EÖ36 | 1 |
| Toplam | | 155 |

(Erkek Öğrenci=EÖ Kız Öğrenci=KÖ)

Tablo 1’de yer alan günlük sosyal medya kullanım sürelerinden yığılmanın olduğu saatlere bakıldığında araştırmaya katılan 155 lise 10. sınıf öğrencisinin 34’ünün (%21.9) günde beş saat, 33’ünün (%21.3) günde 4 saat, 22’sinin (%14.2) günde 6 saat ve 16’sının (%10.3) günde 3 saat sosyal medya kullandıklarını ifade ettikleri gözlenmektedir. Katılımcıların tümünün genel

ortalaması alındığında ise lise 10.sınıf öğrencilerinin günlük ortalama 5 saat sosyal medya kullandıklarını söyleyebiliriz.

Öğrencilerin sosyal medya ile ilgili metaforik algıları ise olumlu, olumsuz ve hem olumlu hem olumsuz şeklinde kategorize edilmiştir. Olumlu kategorisinin altında yer alan temalar bilgi edinme, eğlenme, gereksinim, iletişim, gelir kapısı, bağımsızlık, hatıra biriktirilen yer ve ailedir. Olumsuz kategorisinin altında yer alan temalar bağımlılık yapma, zaman kaybı ve zarar vermedir. Hem olumlu hem olumsuz ayrı bir kategori olarak ele alınmıştır.

Araştırmaya katılan öğrenciler bilgi edinme teması altında 20 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 2'de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 2. Bilgi Edinme Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|---------------|-----------|------------|
| Haber merkezi | 2 | 10 |
| Kitap | 2 | 10 |
| Kütüphane | 2 | 10 |
| Gazete | 2 | 5 |
| Sanat merkezi | 1 | 5 |
| Deniz | 1 | 5 |
| Okul | 1 | 5 |
| Güvercin | 1 | 5 |
| Üniversite | 1 | 5 |
| Ansiklopedi | 1 | 5 |
| Hazine | 1 | 5 |
| Türlü yemeği | 1 | 5 |
| Gökkuşluğu | 1 | 5 |
| Bildiri | 1 | 5 |
| Yaz okulu | 1 | 5 |
| Kar taneleri | 1 | 5 |
| Toplam | 20 | 100 |

Bilgi edinme temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medya kullanımıyla istedikleri bilgiye ulaşabildiklerini ifade etmişlerdir. Bilgi edinme temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(EÖ32) “Sosyal medya **okul** gibidir, çünkü bilgi aktarımı sağlar.”

(KÖ27) “Sosyal medya bir **kütüphaneye** benzer, çünkü her türlü bilgiye ulaşabiliriz.” ifadeleri örnek gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler eğlenme teması altında 13 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 3'de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 3. Eğlenme Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|-----------------|-----------|------------|
| Eğlenme merkezi | 6 | 46.14 |
| Oyuncak | 2 | 15.38 |
| Oyun | 1 | 7.69 |
| Disko | 1 | 7.69 |
| Başka bir evren | 1 | 7.69 |
| Duygu değişimi | 1 | 7.69 |
| Arkadaş | 1 | 7.69 |
| Toplam | 13 | 100 |

Eğlenme temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medya kullanarak eğlendiklerini ve mutlu olduklarını ifade etmişlerdir. Eğlenme temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(EÖ31) “Sosyal medya **disko** gibidir, çünkü insanlara eğlenme imkânı sunar.”

(KÖ26) “Sosyal medya **eğlenme merkezi** gibidir, çünkü sıkılınca sosyal medya ile eğleniliyor.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler gereksinim teması altında 10 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 4’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 4. Gereksinim Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|-------------------------|-----------|------------|
| Ekme | 2 | 20 |
| Gözlük | 2 | 20 |
| Bedenimizin bir parçası | 2 | 20 |
| Araç | 1 | 10 |
| Çocuk | 1 | 10 |
| Hayat arkadaşı | 1 | 10 |
| İlaç | 1 | 10 |
| Toplam | 10 | 100 |

Gereksinim temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medya kullanmanın bir gereksinim olduğunu ve giderilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Gereksinim temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(KÖ79) “Kız 4 saat Sosyal medya **ilaç** gibidir, çünkü her gün bir doz alınması gerekir.”

(KÖ71) “Sosyal medya **gözlük** gibidir, çünkü onu kullanmayınca kendini eksik hissedersin.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler iletişim teması altında 10 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 5’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 5. İletişim Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|------------------|-----------|------------|
| Topluluk | 2 | 20 |
| Network ağı | 2 | 20 |
| Elektrik sistemi | 1 | 10 |
| Dilsiz bir insan | 1 | 10 |
| Yan sokak | 1 | 10 |
| Arkadaş | 1 | 10 |
| Konferans alanı | 1 | 10 |
| Spiker | 1 | 10 |
| Toplam | 10 | 100 |

İletişim temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medyanın insanların birbirleriyle iletişim kurarak sosyalleşmelerine imkân sağladığını belirtmişlerdir. İletişim ve sosyalleşme temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(EÖ33) “Sosyal medya **elektrik sistemi** gibidir, çünkü kişisel ve toplumsal bağlantı kurulmasını sağlar.”

(EÖ64) “Sosyal medya **konferans yeri** gibidir, çünkü iletişim kurarak sosyalleşmemizi sağlar.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler gelir kapısı teması altında 5 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 6’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 6. Gelir Kapısı Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|---------------|----------|------------|
| Meslek | 2 | 40 |
| İş yeri | 2 | 40 |
| İşkur | 1 | 20 |
| Toplam | 5 | 100 |

Gelir kapısı temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medya sayesinde iş olanakları bularak maddi kazanç elde ettiklerini ve sosyal medyayı geçim kaynağı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Gelir kapısı temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(EÖ34) “Sosyal medya **meslek** gibidir çünkü insanların bazıları sosyal medyayı geçim kaynağı olarak kullanıyor.”

(KÖ78) “Sosyal medya **İşkur** gibidir, çünkü insanlara iş olanakları sunar.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler bağımsızlık teması altında 5 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 7’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 7. *Bağımsızlık Adlı Temada Olan Metaforlar*

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|---------------|----------|------------|
| Özgürlük | 2 | 40 |
| Hür olmak | 2 | 40 |
| Uçurtma | 1 | 20 |
| Toplam | 5 | 100 |

Bağımsızlık temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler kendilerini özgür hissettiklerini çünkü sosyal medya platformlarında istedikleri gibi dolaşp, paylaşım yapabildiklerini ve istedikleri içerikleri izleyebildiklerini böylelikle kendilerini hür hissettiklerini belirtmişlerdir. Bağımsızlık temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(KÖ32) “Sosyal medya **hür olmak** gibidir, çünkü kimse ne paylaştığına ne izlediğine karışmaz.”

(KÖ77) “Sosyal medya **uçurtma** gibidir, çünkü nereye istersen oraya gidersin kimse karışamaz.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler hatıra biriktirilen yer teması altında 8 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 8’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 8. *Hatıra Biriktirilen Yer Adlı Temada Olan Metaforlar*

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|---------------|----------|------------|
| Hatıra kutusu | 3 | 37.5 |
| Anı defteri | 2 | 25 |
| Albüm | 2 | 25 |
| Günlük | 1 | 12.5 |
| Toplam | 8 | 100 |

Hatıra biriktirilen yer temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler anlık yaşantıların paylaşarak saklanabildiğini ve anı olarak kaldığını belirtmişlerdir. Hatıra biriktirilen yer temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(KÖ38) “Sosyal medya **anı defteri** gibidir, çünkü her şey anlıktır, yaşanır geçer ve anısı kalır.”

(KÖ80) “Sosyal medya **günlük** gibidir, çünkü günlük yaptığımız şeyleri ve fotoğraflarımızı saklarız.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler aile teması altında 8 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 9’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 9. *Aile Adlı Temada Olan Metaforlar*

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|----------------|----------|------------|
| Eş | 2 | 25 |
| Hayat arkadaşı | 2 | 25 |
| Sevgili | 2 | 25 |
| Ev | 1 | 12.5 |
| Kardeş | 1 | 12.5 |
| Toplam | 8 | 100 |

Aile temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medyanın ailelerinin bir üyesi gibi olduğunu, aile üyelerinden ayrılmak istemedikleri gibi onu da bırakamadıklarını ve sosyal medyadaki paylaşımları izlemeden duramadıklarını ifade etmişlerdir. Aile temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(KÖ58) “Sosyal medya **sevgili** gibidir, çünkü ayrılmak ister ayrılamazsın, bazen güldürür, bazen ağlatır.”

(EÖ63) “Sosyal medya **eş** gibidir, çünkü ondan haber almadan duramazsın.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler zaman kaybı teması altında 8 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 10’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 10. Zaman Kaybı Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|---------------|----------|------------|
| Dizi izlemek | 2 | 25 |
| Zaman kapanı | 2 | 25 |
| Boşluk | 2 | 25 |
| Bozuk saat | 1 | 12.5 |
| Karadelik | 1 | 12.5 |
| Toplam | 8 | 100 |

Zaman kaybı temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medya kullanırken geçen zamanı vakit kaybı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Zaman kaybı temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(KÖ54) “Sosyal medya **boşluk** gibidir, çünkü insana boşa vakit geçirir.”

(KÖ24) “Sosyal medya **karadelik** gibidir çünkü zamanın boşa harcandığı bir yerdir.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler zarar verme teması altında 10 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 11’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 11. Zarar Verme Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|-----------------------|-----------|------------|
| Çöplük | 2 | 20 |
| Alkol | 2 | 20 |
| Hırs yarışı | 1 | 10 |
| Siyah rengi | 1 | 10 |
| Kötü alışkanlık | 1 | 10 |
| Çalınan değerli zaman | 1 | 10 |
| Yolunu kaybetmek | 1 | 10 |
| Öfke | 1 | 10 |
| Toplam | 10 | 100 |

Zarar verme temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medyanın kontrolsüz kullanımının kişiye zarar verdiğini belirtmişlerdir. Zarar verme temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(EÖ56) “Sosyal medya **kötü alışkanlıklara** benzer, çünkü alışınca bırakması zordur ve bize zarar verir.”

(KÖ68) “Sosyal medya **öfke** gibidir, çünkü kullanımı kontrol edilmezse insan pişman olacağı şeyler yapabilir.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler bağımlılık yapma teması altında 25 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 12’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 12. Bağımlılık Yapma Adlı Temada Olan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|-------------------|----------------|--------------|
| Alkol | 5 | 20 |
| Uyuşturucu | 3 | 12 |
| Karadelik | 2 | 8 |
| Kahve | 2 | 8 |
| Şeker | 2 | 8 |
| Çukur | 2 | 8 |
| Bataklik | 2 | 8 |
| Ay çekirdeği | 1 | 4 |
| Kumar | 1 | 4 |
| Çikolata | 1 | 4 |
| Elektronik sigara | 1 | 4 |
| Sigara | 1 | 4 |
| Kuyu | 1 | 4 |
| Takıntılı sevgi | 1 | 4 |
| Toplam | 25 | 100 |

Bağımlılık yapma temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler sosyal medya kullanımının insanda bağımlılık yaptığını ve bırakmakta zorlandıklarını belirtmişlerdir. Bağımlılık yapma temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(EÖ1) “Sosyal medya **ay çekirdeği** gibidir, çünkü bağımlılık yapar.”

(KÖ12) “Sosyal medya bir tür **takıntılı sevgi** gibidir, çünkü bırakmak istesen bile bırakamazsın.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya katılan öğrenciler hem olumlu hem olumsuz teması altında 25 metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar Tablo 13’de frekans ve yüzdeleri ile beraber sunulmuştur.

Tablo 13. Hem Olumlu Hem Olumsuz Kategorisinde Yer Alan Metaforlar

| Metafor | Frekans | Yüzde |
|---------------------|-----------|------------|
| Alışveriş merkezi | 2 | 7.4 |
| Benzin | 1 | 3.7 |
| Araba | 1 | 3.7 |
| Pazar yeri | 1 | 3.7 |
| Yemek | 1 | 3.7 |
| Market | 1 | 3.7 |
| Gül | 1 | 3.7 |
| Tuz | 1 | 3.7 |
| Alkol | 1 | 3.7 |
| Çekiç | 1 | 3.7 |
| Erik | 1 | 3.7 |
| Ay | 1 | 3.7 |
| Sebze | 1 | 3.7 |
| Arkadaş | 1 | 3.7 |
| Bıçak | 1 | 3.7 |
| Kavun | 1 | 3.7 |
| Siyah ve beyaz renk | 1 | 3.7 |
| Elma | 1 | 3.7 |
| Rüya | 1 | 3.7 |
| Araba | 1 | 3.7 |
| Neşter | 1 | 3.7 |
| Yağmur | 1 | 3.7 |
| Çağla badem | 1 | 3.7 |
| Aşk | 1 | 3.7 |
| Martı sürüsü | 1 | 3.7 |
| Cam | 1 | 3.7 |
| Toplam | 27 | 100 |

Hem olumlu hem olumsuz temasında yer alan metafor açıklamalarında öğrenciler kullanım amacına göre sosyal medyanın insanı hem olumlu hem de olumsuz yönden etkilediğini belirtmişlerdir. Hem olumlu hem olumsuz temasında yer alan öğrenci açıklamalarına örnek olarak;

(EÖ73) “Sosyal medya **alkol** gibidir, çünkü sağlık için de kullanılır sağlıksız bağımlı olmak için de.”

(KÖ43) “Sosyal medya **bıçak** gibidir, çünkü iyi kullanırsan şef kötü kullanırsan katil olursun.” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir.

Tartışma ve Sonuç

Lise öğrencileri ile yürütülmüş olan bu çalışmada 10.sınıf öğrencilerinin günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medyaya yönelik metaforik algıları incelenmiştir. Öğrencilerden sosyal medya kullanmayana rastlanmamakla birlikte sosyal medya kullanım süreleri en az bir saat, en fazla on saat ve genel ortalama ise beş saat olarak bulunmuştur. Doğan ve Erkan (2019) tarafından Z kuşağı ile yapılan çalışmada sosyal medya günlük ortalama kullanım süresi 2 saat 43 dakika bulunmuştur. Bu durum sosyal medya kullanım süresinin gün geçtikçe arttığına işaret etmektedir. 155 öğrencinin katılımı ile gerçekleştirilen çalışmada elde edilen veriler ışığında 101 tane metafor belirlenerek olumlu, olumsuz hem olumlu hem olumsuz şeklinde üç ayrı kategori ve on iki farklı temaya ayrılmıştır. Temalar “bilgi edinme”, “eğlenme”, “gereksinim”, “iletişim”, “aile”, “bağımsızlık”, “hatıra biriktirilen yer” ve “gelir kapısı”, “zaman kaybı”, “bağımlılık yapma” ve “zarar verme” şeklinde adlandırılmıştır. Öğrencilerin en çok kullandıkları metafor olumlu kategorisinde eğlenme temasında bulunan eğlence merkezi, olumsuz kategorisinde ise alkol ve uyuşturucudur.

Sosyal medya kullanıma ilişkin oluşturulan temalardan bilgi edinme temasında elde edilen metafor açıklamaları doğrultusunda öğrencilerin sosyal medyayı istedikleri bilgiye ulaşma aracı, her türlü bilgiyi barındıran ve bilgi aktarımını sağlayan bir platform olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Avcı (2020) tarafından yapılan öğretmenlerin sosyal medyaya yönelik metaforik algılarının incelendiği çalışmada sosyal medyanın yeni bilinmeyen uçsuz bucaksız bilgiler barındırdığı bu doğrultuda da sosyal medyanın bilgi kaynağı olarak görülebileceği belirtilmektedir. Ortaokul öğrencileri ile yapılan başka bir çalışmada öğrenciler sosyal medya kullanırken kendilerini bilgi kaynağı gibi hissettiklerini, sosyal medyayı bilgi kaynağı gibi gördüklerini belirtmişlerdir (Çelik, 2019). Öğretmenler, öğretmen adayları ve öğrenciler ile yapılan sosyal medya ve metaforik algısına yönelik yapılan çalışmalarda sosyal medyanın kontrolsüz kullanımının insanları alıp sürüklediği ve insanların bırakmak istedikleri zaman çok zorlandıklarını belirttikleri ifade edilmiştir. Sosyal medya uyuşturucu, alkol ve sigara gibi bağımlılık yapan maddelere benzetilmiştir (Avcı, 2020; Üztemur ve Dinç, 2020; Egüz ve Kesten, 2018; Erdem vd., 2017). Bağımlılığın sebebi insan beyinde zevkle ilişkili nörotransmitter olan dopamine bağımlılık oluşmasından kaynaklanabilmektedir (Lembke, 2021). Sosyal medya kullanım süre ve amaçlarını kontrol edemeyen kullanıcıların bırakmakta zorlandıkları ve ciddi kalıcı sorunlar yaşadıkları belirtilmektedir (Vanden Abeele vd., 2022). Lise öğrencileri sosyal medya kullanımı eğlence merkezinde eğlenmeye benzeterek böylelikle rahatladıklarına ifade etmişlerdir. Martin vd. (2018) ortaokul öğrencileri ile yaptığı sosyal medya kullanımına yönelik çalışmada çocukların sosyal medyayı bir eğlence aracı olarak kullandıklarını belirtmiştir. Eğlenmeyi temsil eden oyun parkı ve oyuncak gibi ifadelerinde sosyal medya kullanımına yönelik metaforik algılarda yer aldığını söyleyebiliriz (Doğan ve Erkan, 2019). Sosyal medya öğrencilerin %15,5’i tarafından ilaç, ekmek ve gözlük gibi insanın sağlıklı ve huzurlu bir yaşam sürebilmesi için gerekli olan ihtiyaçlara benzetilmiştir. Egüz ve Kesten (2018) tarafından sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencileri ile yapılan çalışmada da aynı şekilde sosyal medya bir gereksinim olarak değerlendirilmiştir. Sosyal medya aile fertleri ile özdeşleştirilmiş ve sosyal medya kullanmayınca sanki aileden birisi yanlarında yokmuş gibi huzursuz hissettikleri dile getirilmiştir. Erdem vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya büyük bir aile metaforuyla paylaşım kategorisi içinde ele alınmıştır. Sosyal medya kullanımının giderek artması kullanım amacının da çeşitlenmesine yol açmıştır. İçeriğin zenginleşmesi ve kısa sürede çok kişiye ulaşılabilmesi toplumun ekonomik olarak sosyal medyayı kullanmasının ve şekillendirmesinin önünü açmıştır (Ausat vd., 2023). Yapılan çalışmada öğrenciler tarafından sosyal medya meslek, iş yeri ve İşkur’a benzetilmiş, insanların sosyal medya üzerinden ekonomik gelir elde edebilecekleri vurgulanmıştır. Öğrenciler sosyal medya

kullanırken kendilerini hür ve özgür hissederek bağımsızlaştıklarını, uçurtma gibi nereye isterlerse oraya gittiklerini ve kimsenin de karışmadığını belirtmişlerdir. Çelik (2019) tarafından yapılan araştırmada da öğrenciler kendilerini sosyal medyayı kullanırken özgür bir kuş, kelebek gibi hissettiklerini ifade etmişlerdir. Sosyal medya insanların iletişim kurarak sosyalleşmesine imkân sağlamaktadır. Mesafelerin anlamsız kaldığı çağda bulunulan yerin önemi olmaksızın görüntülü konuşulabilmekte ve sürekli etkileşim hali sağlanabilmektedir. Sosyal medya online olarak birçok kişinin sesi olmuştur (Crawford, 2009). Ortaokul öğrencileri ile yapılan bir araştırmada sosyal medyanın uzakta bulunan aile fertleri ve arkadaşlar ile bağ kurmayı sağladığı, tüm dünya ile iletişimi kolaylaştırdığı ve yeni insanlarla tanışma olanağı sunduğu belirtilmiştir (Martin vd., 2018). İnsanlar sosyal medyayı paylaşmak istedikleri anıların fotoğraf ve videolarını arkadaşlarına iletme, göstermek için de kullanılmaktadır. Gençlerin sosyal medya kullanım motivasyonları arasında fotoğraf ve video paylaşmak yer almaktadır (Doğan ve Erkan, 2019). Yaptığımız çalışmada da lise öğrencileri güzel anıların fotoğrafını paylaşmak ve anı olarak saklamak için sosyal medyayı hatıra defteri gibi kavramlara benzetmişlerdir.

Lise öğrencileriyle yürütülen çalışmada elde edilen diğer tema da zaman kaybıdır. Öğrenciler zaman kapanı, boşluk ve bozuk saat gibi metaforlar kullanarak sosyal medyanın vakit kaybı olduğunu ve bireylerin gereksiz yere zaman harcadıkları bir platform olduğunu belirtmişlerdir. Literatürde sosyal medya kullanımının zaman kaybı olarak değerlendirildiği çalışmalara rastlamak mümkündür (Egüz ve Kesten, 2018; Üztemür ve Dinç 2020). Sosyal medya kullanımında zamanın iyi yönetilememesi kişilerin iş ve okul hayatlarında düşüş yaşamalarına ve hayatlarının olumsuz etkilenmesine sebep olabilmektedir (Nurudeen vd., 2023). Sosyal medya kullanıma yönelik oluşturulan bir diğer tema zarar vermedir. Öğrenciler sosyal medyayı öfke ve çöplük gibi insana zarar veren metaforlar kullanarak ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Zeytinli ve Ekici (2023) tarafından beşinci sınıf öğrencileriyle ve Sağar ve Özçelik (2023) tarafından 14-18 yaş gençlerle yapılan çalışmalarda öğrenciler sosyal medyanın kontrolsüz kullanımının insana zarar verdiğini belirtmişlerdir. Sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar da kontrolsüz kullanımının insanın ruh sağlığını tehdit edici etkisinin olduğunu ve psikolojik rahatsızlıkların yolunu açtığını ifade etmektedir (Wheatley ve Vatnoey, 2022; Elhai vd., 2018).

Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik oluşturduğu metafor açıklamaları incelendiğinde hem olumlu hem olumsuz kategorisi oluşturulmuştur. Bu kategoride bıçak, alkol ve araba gibi kullanım şekli ve amacına göre sosyal medyanın insanı olumlu ya da olumsuz etkileyeceğinde söz edilmektedir. Alanyazında aynı şekilde sosyal medya kullanımının insanlar üzerinde pozitif etkisi olabileceği gibi negatif etkilerinin de olabileceğine değinilmiştir (Avcı, 2020; Kaptan ve Beldağ, 2020). Dolayısıyla sosyal medyanın kontrollü ve amacına uygun kullanılmasının insana farkındalık kazandıracağı, iletişim becerilerini geliştireceği ve geniş bir vizyona sahip olabileceği söylenmektedir (Shabir vd., 2014).

Yapılan araştırma sonucu değerlendirildiğinde sosyal medya kullanımının günden güne artmakta olduğu, kullanım amacının çeşitlendiği ve kullanım kontrolünün zorlaştığı düşünülmektedir. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik oluşturdukları metaforların açıklamalarından sosyal medyanın bilgi edinme ve iletişim kurma gibi faydalı yönlerinin olduğu gibi zaman kaybı ve zarar verme gibi etkilerinin de olduğu belirlenmiştir. Bunun temelinde öğrencilerin kendilerini kontrol edebilmesi ve amacına yönelik olacak şekilde sosyal medyayı kullanabilmeleri bulunmaktadır. Araştırmanın gençler ve sosyal medya ile ilgili yapılacak çalışmalara yol gösterici olacağı ve sosyal medya kullanım süresinin kontrol altına alınması gerekliliğini ortaya çıkardığı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abeele, M. M. P., Halfmann, A. ve Lee, E. W. (2022). Drug, demon, or donut? Theorizing the relationship between social media use, digital well-being and digital disconnection. *Current Opinion in Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.007>
- Alter, A. (2017). *Irresistible: The rise of addictive technology and the business of keeping us hooked*. New York, NY: Penguin Press.
- Anderson, M., Faverio, M. ve Park. E. (2023). How teens and parents approach screen time. *Pew Research Center Survey*. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/03/11/how-teens-and-parents-approach-screen-time/>
- Ansari, J. A. N. ve Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7, 9. <https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>
- Asare-Donkoh, F. (2018). Impact of social media on Ghanaian High School students. *Library Philosophy and Practice (ejournal)*, 1914. Erişim adresi: <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1914>
- Ausat, A. M. A. (2023). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35-44. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.37>
- Ausat, A. M. A., Permana, R. M., Angellia, F., Subagja, A. D., ve Astutik, W. S. (2023). Utilisation of social media in market research and business decision analysis. *Journal Minfo Polgan*, 12(2), 652-661. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12485>
- Avcı, F. (2020). Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ve sosyal medya kavramına ilişkin metaforik algıları. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*. <https://doi.org/10.46442/intjcss.808818>
- Aydın, M. ve Çelik, T. (2016). *Öğrencilerin gözünden sosyal medyanın yarar ve riskleri üzerine bir inceleme*. USBES V 2016 Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu: Bildiriler Kitabı.
- Balcı, A. (2003). Eğitim örgütlerine yeni bakış açıları: kuram araştırma ilişkisi. II. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 9(1), 26-61.
- Barry, C. T., ve Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference?. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(12), 2952-2966. <https://doi.org/10.1177/0265407520945394>
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi [The effect of social media on strategic corporate communication in digital platform]* (Unpublished Ph.D. Thesis). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Berryman, C., Ferguson, C. J., ve Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric Quarterly*, 89, 307-314. <https://doi.org/10.1007/s11126-017-9535-6>
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bote-Vericad, J. (2021). Challenges for the educational system during lockdowns: A possible new framework for teaching and learning for the near future. *Education for Information*, 37(1), 149-153. <https://doi.org/10.3233/EFI-200008>
- Brailovskaia, J., Schillack, H., ve Margraf, J. (2018). Facebook addiction disorder in Germany. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 450-456. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0140>
- Breakenridge, D. (2009). *New media, new tools, new audiences*. New Jersey: FT Press.
- Brown, L., ve Kuss, D. J. (2020). Fear of missing out, mental wellbeing, and social connectedness: A seven-day social media abstinence trial. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4566. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124566>

- Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. ve Kılıç, E. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi
- Cerit, Y. (2008). Öğretmen kavramı ile ilgili metaforlara ilişkin öğrenci, öğretmen ve yöneticilerin görüşleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(4), 693-712.
- Crawford, K. (2009). Listening as participation: Social media and metaphors of hearing online. In *The Good, The Bad and The Challenging: The User and The Future of Information and Communication Technologies, COST 298 Conference journal*. Copenhagen: COST.
- Crawford, M. (2015). *The world beyond your head: Becoming an individual in an age of distraction*. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Creswell, W. J. (2009). *Research Design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (3rd ed). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çelik, T. (2017). *Paydaşların gözünden sosyal medyanın yarar ve risklerine yönelik bir inceleme* (Yayınlanmamış doktora tezi). Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Çelik, T. (2019). Teknoloji ve medya okuryazarı vatandaş yetiştirme sürecinde öğrencilerin sosyal medya algılarının metaforlar aracılığıyla incelenmesi. *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi*, 2(1), 40-57.
- Deng, T., Kanthawala, S., Meng, J., Peng, W., Kononova, A., Hao, Q., ... ve David, P. (2019). Measuring smartphone usage and task switching with log tracking and self-reports. *Mobile Media & Communication*, 7(1), 3-23. <https://doi.org/10.1177/2050157918761491>
- Dhoest, A., ve Van Ouytsel, J. (2023). Negotiating platforms and sexual identities: digital and social media use in four generations of Flemish MSM. *SAGE Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231218085>
- 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>
- 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. <https://doi.org/10.30703/cije.403147>
- Elhai, J. D., Hall, B. ve Erwin, M. (2018). Emotion regulation's relationships with depression, anxiety and stress due to imagined smartphone and social media loss. *Psychiatry Research*, 261, 28-34. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.12.045>
- Elmas, S. A., ve Demir, E. (2018). 5. sınıf öğrencilerinin okul olgusuna yönelik metaforik algıları. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 51(3), 45-70. <http://doi.org/10.30964/auebfd.427496>
- Erdem, A., Alkan, M. F., ve Erdem, Ş. (2017). Öğretmen adaylarının sosyal medya kavramına ilişkin algıları. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 169-179.
- Fang, J., Wang, X., Wen, Z., ve Zhou, J. (2020). Fear of missing out and problematic social media use as mediators between emotional support from social media and phubbing behavior. *Addictive Behaviors*, 107, 106430. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106430>
- Forceville, C. (2002). The identification of target and source in pictorial metaphors. *Journal of Pragmatics*, 34(1), 1-14. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(01\)00007-8](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(01)00007-8)
- Gall, C., Gall, I. ve Jalali, A. (2020). Social media usage among university students during exams: Distraction or academic support. *Education in Medicine Journal*, 12, 49-53. <https://doi.org/10.21315/eimj2020.12.3.6>
- Greenhow, C., Robelia, B. ve Hughes, J.E. (2009), "Web 2.0 and classroom research: what path should we take now?". *Educational Researcher*, Vol. 38 No. 4, pp. 246-259. <https://doi.org/10.3102/0013189X09336671>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J. ve Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. *Behavioral Addictions: Criteria, Evidence and Treatment*, 119-141. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407724-9.00006-9>

- Hayran, C., Anik L. ve Gurhan-Canli, Z. (2020). A threat to loyalty: Fear of missing out (FOMO) leads to reluctance to repeat current experiences. *Plos One*, 15(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232318>
- Infante, A. ve Mardikaningsih, R. (2022). The potential of social media as a means of online business promotion. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 2(2), 45-49. <https://doi.org/10.56348/jos3.v2i2.26>
- Jarman, H. K., McLean, S. A., Griffiths, S., Teague, S. J., Rodgers, R. F., Paxton, S. J., ... ve Fuller-Tyszkiewicz, M. (2022). Critical measurement issues in the assessment of social media influence on body image. *Body Image*, 40, 225-236. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.007>
- Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kaptan, S. Y. ve Beldağ, A. (2020). Sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlığı hakkındaki görüşleri. *Sosyal Bilimler ve Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(1), 1-19. <https://doi.org/10.29329/jsve.2020.298.1>
- Karabulut, R., Mertol, H. ve Alkan, A. (2017). Üstün yetenekli/zekâlı öğrencilerin medyaya yönelik metafor algıları. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 187-196.
- Kardaras, N. (2016). *Glow kids: How screen addiction is hijacking our kids, and how to break the trance*. New York, NY: St Martin's Griffin.
- Karim, F., Oyewande, A. A., Abdalla, L. F., Chaudhry Ehsanullah, R. ve Khan, S. (2020). Social media use and its connection to mental health: A systematic review. *Cureus*, 12(6), e8627. <https://doi.org/10.7759/cureus.8627>
- Kulandairaj, A. J. (2014). Impact of social media on the lifestyle of youth. *International Journal of Technical Research and Applications*, 2(8), 22-28.
- Lembke, A. (2021). Digital addictions are drowning us in dopamine. The Wall Street Journal. Retrieved from: <https://www.wsj.com/articles/digital-addictions-are-drowning-us-in-dopamine-11628861572>
- Maitri, W. S., Suherlan, S., Prakosos, R. D. Y., Subagja, A. D. ve Ausat, A. M. A. (2023). Recent trends in social media marketing strategy. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 842-850. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12517>
- Martin, F., Wang, C., Petty, T., Wang, W. ve Wilkins, P. (2018). Middle school students' social media use. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 213-224.
- Martinez-Cardama, S. ve Caridad-Sebastian, M. (2019). Social media and new visual literacies: Proposal based on an innovative teaching project. *Education for Information*, 35(3), 337-352. <https://doi.org/10.3233/EFI-180214>
- Maxwell, J. A. (2008). *Designing a qualitative study* (Vol. 2, pp. 214-253). The SAGE Handbook of Applied Social Research Methods.
- Merriam, S. B. (2013). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.
- Miles, M. B., ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage. Thousand Oaks, CA
- Moreno, M.A. ve Kota R. (2014). Social Media. In: Strasburger VC, Wilson BJ, Jordan AB, eds. *Children, Adolescents, and the Media*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moreno-Guerrero, A., Rodríguez, C., Navas-Parejo, M., Costa, R. ve Lopez-Belmonte, J. (2020). WhatsApp and google drive influence on pre-service students' learning. *Frontiers in Education*, 5. <https://doi.org/10.3389/educ.2020.00152>
- Nesi, J. (2020). The impact of social media on youth mental health: challenges and opportunities. *North Carolina medical journal*, 81(2), 116-121.
- Nurudeen, M., Abdul-Samad, S., Owusu-Oware, E., Koi-Akrofi, G. Y. ve Tanye, H. A. (2023). Measuring the effect of social media on student academic performance using a social media influence factor

- model. *Education and Information Technologies*, 28(1), 1165-1188. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11196-0>
- Obar, J.A. ve Wildman, S. (2015), "Social media definition and the governance challenge: an introduction to the special issue". *Telecommunications Policy*, Vol. 39 No. 9, pp. 745-750. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2647377>
- Olannye-Okonofua, D. (2021). Twitter ban in Nigeria: A metaphor for impediment on uses and gratification theory. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 198-206. <https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1665>
- Otrar, M. ve Argın, F. S. (2014). Ergenlerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Çok Boyutlu İncelenmesi [Multidimensional Examination of the Adolescents' Attitude Concerning Social Media]. *Journal of Education and Humanities: Theory and Practice*, 5(10), 3-22.
- Pires, F., Masanet, M. J. ve Scolari, C. A. (2021). What are teens doing with YouTube? Practices, uses and metaphors of the most popular audio-visual platform. *Information, Communication & Society*, 24(9), 1175-1191. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1672766>
- Pumper, M., Yaeger, J. ve Moreno, M. (2013). Perceptions and use of social networking sites in the United States and Ecuador: A mixed-methods approach. *College Student Journal*, 47(3), 478-484.
- Ra, C., Cho, J., Stone, M., Cerda, J., Goldenson, N., Moroney, E., Tung, I., Lee, S. Ve Leventhal, A. (2018). Association of digital media use with subsequent symptoms of attention-deficit/hyperactivity disorder among adolescents. *JAMA Journal of the American Medical Association*, 320, 255-263. <https://doi.org/10.1001/jama.2018.8931>
- Reinhardt, J. (2020). Metaphors for social media-enhanced foreign language teaching and learning. *Foreign Language Annals*, 53(2), 234-242. <https://doi.org/10.1111/flan.12462>
- Saban, A. (2020). Examining metaphors, usage and views of secondary school students on Youtube. *Contemporary Educational Technology*, 11(1), 111-129. DOI: <https://doi.org/10.30935/cet.646872>
- Sağar, M. E. (2022). Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığının yordayıcısı olarak psikolojik esneklik ve problem çözme becerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 179-192. <https://doi.org/10.20875/makusobed.1080674>
- Sağar, M. E. ve Özçelik, T. (2023). Metaphor perceptions of adolescents towards the concept of social media. *Journal of Family Counseling and Education*, 8(1), 25-40.
- Sankar, V. ve Pushpa, B. (2020). Impact of social media on academic performance of university students-a field survey of academic development. *TechnoLearn an International Journal of Educational Technology*, 10(1&2). <https://doi.org/10.30954/2231-4105.02.2020.1>
- Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal medya savaşları*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Schüll, N. D. (2014). *Addiction by design: Machine gambling in Las Vegas*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Sela, Y., Zach, M., Amichay-Hamburger, Y., Mishali, M. ve Omer, Haim. (2019). Family environment and problematic internet use among adolescents: The mediating roles of depression and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 106. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106226>
- Shabir, G., Hameed, Y. M. Y., Safdar, G. ve Gilani, S. M. F. S. (2014). The impact of social media on youth: A case study of bahawalpur city. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 3(4), 132-151.
- Shakya, H. B. ve Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: Alongitudinal study. *American Journal of Epidemiology*, 185(3). <https://doi.org/10.1093/aje/kww189>
- Shi, C., Yu, L., Wang, N., Cheng, B. ve Cao, X. (2020). Effects of social media overload on academic performance: A stressor-strain-outcome perspective. *Asian Journal of Communication*, 30(2), 179-197. <https://doi.org/10.1080/01292986.2020.1748073>

- Stephens, C. ve Breheny, M. (2013). Narrative analysis in psychological research: An integrated approach to interpreting stories. *Qualitative Research in Psychology* 10(1): 14–27. <https://doi.org/10.1080/14780887.2011.586103>
- Tham, J. C. K., Burnham, K. D., Hocutt, D. L., Ranade, N., Misak, J., Duin, A. H., ... ve Campbell, J. L. (2021). Metaphors, mental models, and multiplicity: Understanding student perception of digital literacy. *Computers and Composition*, 59, 102628. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2021.102628>
- Twenge, J. M. ve Campbell, W. K. (2019). Media use is linked to lower psychological well-being: Evidence from three datasets. *Psychiatric Quarterly*, 90, 311–331. <https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7>
- 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. <https://doi.org/10.34137/jilses.698764>
- Vanden Abeele, M. M. ve Mohr, V. (2021). Media addictions as apparatus: What discourse on TV and smartphone addiction reveals about society. *Convergence*. <https://doi.org/10.1177/13548565211038539>
- Vanden Abeele, M. M. P., Halfmann, A., ve Lee, E. W. (2022). Drug, Demon, or Donut? Theorizing the Relationship Between Social Media Use, Digital well-being and Digital Disconnection. *Current Opinion in Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.007>
- Vannucci, A., Flannery, K. M. ve Ohannessian, C. M. C. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, 163–166. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>
- Wahyoedi, S., Suherlan, S., Rijal, S., Azzaakiyyah, H. K. ve Ausat, A. M. A. (2023). Implementation of information technology in human resource management. *Al-Buhuts*, 19(1), 300–318. <https://doi.org/https://doi.org/10.30603/ab.v19i1.3407>
- Wheatley, D. ve Vatnoey, E. (2022). Understanding attitudes towards social media segregation: Spatial metaphors in the discussion of Twitter blocklists. *Information, Communication & Society*, 25(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1749696>
- Wiederhold, B. K. (2020). Social media use during social distancing. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(5), 275-276. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.29181.bkw>
- Wyatt, S. (2021). Metaphors in critical Internet and digital media studies. *New Media & Society*, 23(2), 406-416. <https://doi.org/10.1177/1461444820929324>
- Yıldırım A. ve Şimşek H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yohanna, A. (2020). The influence of social media on social interactions among students. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 12(2), 34–48.
- Zeytinli, F. ve Ekici, G. (2023). 5. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına yönelik bilişsel yapıları: sosyal bilgiler dersi öğretim programı ile ilişkisi örneği. *Journal of Computer and Education Research*, 11(21), 297-334. <https://doi.org/10.18009/jcer.1217654>