

Ortaöğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımı Üzerine Bir Araştırma*

Erol İlhan, Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-Posta: erol@gazi.edu.tr
Selma Kırıcı, Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, E-Posta: selmakirci13@gmail.com

Öz Abstract

XX. yüzyılın ortalarından itibaren ortaya çıkan ve son çeyreğinde büyük bir hızla gelişen bilgisayar teknolojileri ve bunun paralelinde gelişim gösteren internet, kitle iletişim araçlarında çok büyük bir dönüşüme yol açmış, günümüz insanının iletişim anlayışını yeniden şekillendirmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal ağlar, kişiler arası ilişkilere yeni bir boyut kazandırmıştır. Sosyal ağlar bir yandan sanal uzamda bir profil oluşturularak sanal bir kimliğin gelişmesine olanak sağlarken öte yandan bu sanal kimlikler üzerinden yürütülen bir iletişim biçimi de

ortaya çıkarmıştır. Söz konusu sosyal ağlar içerisinde yer alan Facebook, dünya çapında kullanıcı sayısının çokluğu ve kullanım yaygınlığı açısından dikkat çekici bir boyuta ulaşmıştır.

Bu çalışmada, ortaöğretim öğrencilerinin Facebook kullanma pratikleri ile Facebook üzerindeki kimlik temsilleri arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmış, bu kapsamda İstanbul'da yer alan üç farklı türdeki okulda öğrenim gören 500 ortaöğretim öğrencisi ile anket çalışması yapılarak bu anket sonuçları üzerinden değerlendirilme yapılmıştır.

A Study On The Use Of Facebook By Secondary Students

Starting in the middle of the 20th Century and growing rapidly in the last quarter, computer technologies and Internet have led to a huge transformation in mass means of communication and have reshaped the perception of modern human communication. Social network that emerged with the development of Web 2.0 technologies, have added a new dimension to interpersonal relationships .While, Social networks enable a virtual identity by creating virtual a profile, they also create a type of communication via those virtual profiles on the. Among

the social networks, Facebook is one of the most popular and eye catching social network as having so many users around the world.

In this study, research has been made on secondary schools students, who are building their own identity in their real lives and the relationship between their Facebook identities and Facebook practices has been revealed and in this regard, a survey has been covered for 500 secondary students and the results were assessed.

*: Bu çalışma; 20-22 Nisan 2017 tarihlerinde İstanbul'da yapılan Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi'nde (USAK'17 International Social Research Congress) sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

Anahtar Kelimeler Keywords

Facebook, Ortaöğretim, Benlik temsili

Facebook, Secondary School, Representation of identity

Giriş

İnsan hayatına girdiği andan itibaren her geçen gün inanılmaz bir hızla büyüyen ve gelişen internet teknolojisi toplumsal yaşam pratiklerini de değiştirmeye başlamıştır. Bu değişimle birlikte iletişim alanında da bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönüşümün doğal bir uzantısı olan sosyal paylaşım ağları, özellikle yetişmekte olan yeni nesil için bir cazibe merkezi hâline gelmiştir.

Gerek kullanım oranları gerekse yapılan araştırmalar göstermektedir ki günümüzün en popüler sosyal paylaşım ağı Facebook'tur. Özellikle gençlerin yoğun olarak ilgi gösterdiği Facebook, söz konusu gençlerin kişiler arası iletişiminden, sanal uzamdaki kimlik inşalarına, okul başarılarından, aileleriyle olan ilişkilerine kadar pek çok konuda belirleyici olabilmektedir. Bu durum, Facebook üzerine çok detaylı araştırmalar yapılmasını zorunlu kılmıştır. Günümüz insanının, özellikle gençlerin günlük yaşantısının vazgeçilmezleri arasına giren bu sosyal paylaşım ağı, kullanım dinamikleri, insan yaşamı üzerindeki olumlu - olumsuz etkileri vb. ile ilgili pek çok araştırmaya konu olmuştur. Ancak teknolojinin gelişmesine paralel olarak sürekli yenilenen ve kendisini geliştiren Facebook'un kullanım dinamikleri sürekli olarak değişmekte ve kullanıcı sayısı günden güne artmaktadır. Bu durum da Facebook üzerine yeni araştırmalar yapılmasını veya daha önce yapılan araştırmaların güncellenmesini zorunlu kılmıştır.

Bu araştırmanın konusunu ortaöğretim düzeyinde öğrenim görmekte olan gençliğin, Facebook üzerinden bir sosyal paylaşım ağını kullanma nedenleri ve kullanım pratikleri oluşturacaktır.

Bu çalışmada, ülkemizde ortaöğretim olarak adlandırılan eğitim öğretim düzeyinde öğrenim görmekte olan 14-19 yaş grubu gençliğin gelişen teknolojiyle birlikte hayatlarına giren sosyal paylaşım ağlarını kullanma nedenleri, en popüler sosyal paylaşım ağı olan Facebook örneğinde ele alınarak incelenecektir. Bu inceleme kapsamında ;

- “Ortaöğretim öğrencileri İnternet ve sosyal ağları yoğun olarak kullanmaktadır.”
- “Ortaöğretim öğrencileri sosyal ağlar içinde en çok Facebook’u kullanmaktadır.”
- “Ortaöğretim öğrencilerinin Facebook kullanmalarındaki temel amaç iletişim kurmaktır.”
- “Ortaöğretim öğrencilerinin Facebook üzerinde inşa ettikleri kimlik gerçek kimliklerini yansıtmaktadır.”

varsayımları temel alınarak ortaöğretim gençliğinin Facebook sosyal paylaşım ağına yaklaşımını, varsa kazandığı edinimlerini, varsa olumsuz etkisini, gerçek kişiliği gelişme aşamasındayken sanal bir profilde gerçek benliğini yansıtırma düzeyini, bu sosyal paylaşım ağının sosyalleştirme konusundaki, başarısını ya da başarısızlığını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Kısa bir sürede çok büyük kitlelere ulaşan bir sosyal paylaşım ağı olan Facebook üzerine ya da gençlerin Facebook kullanımları üzerine pek çok araştırma yapılmıştır. Ancak konuyla ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde alanyazın taraması yapıldığında bu araştırmaların daha çok üniversite gençliği üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Bu nedenle üzerinde daha az çalışma yapılan ortaöğretim düzeyindeki gençlik seçilerek onlar üzerine yoğunlaştırılmıştır. Ayrıca 14-19 yaş aralığındaki gençleri kapsayan bu eğitim öğretim düzeyinin, insan yaşamında, kimlik oluşumu açısından en önemli halka olduğu ve bu nedenle bir yandan gerçek yaşamdaki kimliğini inşa etmeye çalışan gençliğin öte yandan sanal uzamdaki kimliğini temsil pratiklerinin ilerdeki kişiliğini derinden etkileyeceği düşünülmektedir.

Bu araştırmayla elde edilecek bulgular ışığında, söz konusu grupta yer alan gençlerin Facebook adlı sosyal paylaşım ağına yaklaşımlarının ortaya konulacağı ve gerçek kimlikleri ile sanal kimlikleri arasındaki ilişkinin tanımlanacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, çalışmanın alandaki önemli bir boşluğu doldurması amaçlanmaktadır. Öte yandan bu araştırmanın kendisinden önce yapılan çalışmalarla, kendisinden sonra yapılacak çalışmalar arasında bir köprü görevi üstleneceği değerlendirilmektedir.

Araştırmada İstanbul’da yaşayan ve farklı sosyoekonomik düzeylere sahip tesadüf örneklem ile seçilmiş bir grup ortaöğretim öğrencisine nicel çözümleme yöntemlerinden biri olan anket formu dağıtılarak sayısal veriler elde edilmiş ve bu veriler istatistiklere dönüştürülerek yorumlanmış ve benzer araştırmalarla karşılaştırılarak elde edilen bulgular ile araştırmanın varsayımları arasındaki ilişki ortaya konulmuştur.

Araştırmanın kapsamı, Türkiye’deki bütün ortaöğretim düzeyindeki öğrencilere ulaşmanın mümkün olmamasından dolayı İstanbul ilinden seçilen, ortaöğretim düzeyindeki *beş yüz* öğrenciden elde edilen verilere dayanılarak ortaya konan bulgularla sınırlıdır.

Ancak araştırmada elde edilen bulgularla varsayımların tutarlı olmasından dolayı, bu çalışmanın mevcut sınırlılıklarına rağmen, hakkında şüphesiz daha pek çok araştırma yapılacak olan Facebook üzerine çalışacak araştırmacılara yol göstereceği öngörülmektedir.

Gelişen Teknoloji ve İnsan

İnsan yapısı itibarıyla sosyal bir varlıktır. İnsanın bu özelliği, onun diğer insanlarla iletişim içinde olma ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Kendini ifade etmek ve diğer insanların neler düşündüğünü, neler hissettiğini bilmek ihtiyacı insanoğlunun iletişim gereksinimini pekiştirmiştir.

Bu iletişim kurma ve sosyalleşme ihtiyacı, insanları bir araya getirerek toplumların oluşmasını sağlamıştır. Toplumlar, tarihsel gelişim süreçleri içerisinde, yaşam pratikleri doğrultusunda çeşitli dönemlerden geçmiştir.

Toffler, bu gelişim sürecini “Üç Dalga Teorisi” ile açıklamaktadır. Toffler tarihsel gelişimi üç evrede ele almakta ve bu evreleri “dalga” olarak nitelendirmektedir. Bu dalgalar şunlardır:

- Birinci Dalga: Tarım devriminin yarattığı Tarım Toplumu
- İkinci Dalga: Sanayi Devriminin yarattığı Sanayi Toplumu
- Üçüncü dalga: Teknoloji Devriminin yarattığı Bilgi Toplumu (Toffler, 1981: 43)

Buğdayı evcilleştirerek avcı-toplayıcılığı bırakıp tarıma başlayan ve yerleşik yaşama geçen insanoğlu, toplum yaşamının doğal bir getirisi olarak zaman içinde kitle iletişimini de geliştirmiştir.

XVII. yüzyılda insan yaşamına giren gazete ile kitle iletişimi gerçek kimliğini kazanmaya başlamıştır. XIX. yüzyılda başlayan Sanayi Devrimi’nin ardından gelişen bilim ve teknoloji, telefon ve radyo gibi buluşlarla insanlığı çok farklı mecralara taşımıştır. Özellikle radyo XIX. yüzyılın ikinci yarısına kadar kitle iletişiminde en önemli araç olarak kullanılmıştır.

XIX. yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla insan yaşamına giren televizyon, ses ve görüntüyü aynı anda sunma özellikleriyle kitle iletişiminde adeta bir devrim yaratmıştır. İnsanlara yerlerinden kalkmadan dünyayı izleme olanağı sağlayan televizyon, bu özelliğiyle XX. yüzyılın sonlarına kadar mutlak hâkimiyetini sürdürmüştür.

XX. yüzyılın sonlarından itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler genelde toplum üzerinde, özede medyanın kurumsal yapısında ve haber üretim sürecinde (toplama, yazma, yayınlama) değişikliklere neden olmuştur.

McLuhan'ın elektronik çağ, Alvin Toffler'in üçüncü dalga, Daniel Bell'in sanayi sonrası toplum, Peter Drucker'in bilgi toplumu, Etzioni'nin aktif toplum, Yoneji Masuda'nın 'Enformasyon Toplumu,' Zbigniew Brzezinski'nin teknotronik çağ ifadeleriyle açıklamaya çalıştıkları toplumsal yapının temeli bilgiye dayanmaktadır.

Toffler'in üçüncü dalga olarak tanımladığı sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde, üretimden aile yapısına, günlük hayat pratiklerinden iktidar ilişkilerine kadar pek çok alanda büyük değişimler yaşanmıştır. Toffler, çok kısa sürede yaşanan bu büyük değişimin bireyler ve toplumlar, üzerinde şok edici etkileri olduğunu savunur. Artık tarih insanlığı yakalamaktadır ancak geçmişten hızla koparmaktadır. Böylece değişimin kapsamı da değişmektedir. Bu değişim çok hızlı bir değişim olduğundan insanın yaşam hızını, zaman algısını ve dünyayı algılayış biçimini kökten farklılaştırmakta ve yeniden yapılandırmaktadır (Toffler, 1974: 23).

Mattelart, bu durumu, "Endüstri öncesi toplumun doğaya karşı bir oyun olmasına karşılık, endüstri toplumu üretilmiş doğaya karşı bir oyun, endüstri sonrası toplum ise kişiler arasında bir oyundur." (Mattelard, 2004: 63) ifadesiyle açıklamaktadır.

Törenli, Enformasyon Toplumu'nun iki ana başlık altında toplanan yaklaşımlarla açıklanabileceğini ileri sürmektedir. Bunlardan ilki Enformasyon Toplumu'nu "yeni bir toplumsal yapı" olarak gören yaklaşımlar diğeri ise bilgi ve iletişim teknolojileri alanında ortaya çıkan önemli gelişmeler sonucunda enformasyon sektörünün temel belirleyici konumuna geldiği bir toplum olarak gören yaklaşımlardır Bu başlık altında toplanabilecek yaklaşımlar maddi ürünlerin üretimine dayalı toplumsal yapıdan yani Sanayi Toplumu'ndan, enformasyonu merkez alan başka bir yapıya -Enformasyon Toplumu'na- geçilmekte olduğunu ileri sürmektedir (Törenli 2004: 27-28).

İletişim hem biçimsel hem de içerik olarak, hem nitelik hem de niceliksel olarak bir değişim geçirmektedir. Törenli, bu değişimin nedeninin temelde küreselleşme hedefini gerçekleştirmek olduğunu ileri sürmektedir (Törenli, 2005: 136).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında yaşanan gelişmeler ve uluslararası ilişkilerde, gücün niteliğinin değişmesi, UNESCO, WB, UN, OECD, ITU gibi uluslar üstü yapıları oluşturmuş, bu örgütler, günümüzde enformasyon toplumuyla ilgili tartışmalara yön veren, kararlar alan aktörler haline gelmiştir. Bunlar ve benzeri uluslararası örgütler, gelişmekte olan ülkelerin enformasyon toplumuna eklenme süreçlerinde belirleyici olmaya başlamışlardır (Törenli, 2004: 119).

1971'de 'Japan Computer Usage Development Institute' tarafından hazırlanan tasarıda "bilgi toplumu" 2000 yılının ulusal amacı olarak saptanmıştır (Mattelard, 2004: 77-78). Bu tasarıda, gelecekteki toplumun yaşam pratikleri tasarlanmıştır.

Bütün bu gelişmeler sonucunda XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişmeye başlayan bilgisayar teknolojisi ve bunun paralelinde ilerleme gösteren İnternet, kitle iletişim araçlarında çok büyük bir dönüşüme yol açmıştır. Ses, görüntü, yazı gibi tüm unsurları bünyesinde barındıran İnternet teknolojisi ile medya kavramı da medyada çalışan kesimin profili de değişmeye başlamıştır. "Yeni medya" olarak adlandırılan bu durum, medyayı hazırlayanın da medyanın hedef kitesinin de ihtiyaçlarını, beklentilerini, bakış açısını değiştirmiştir. Yeni medya kavramı oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Sayısallaşan, bilgisayarlarla üretilen ve yayınlanan, ağlar

üzerinde gezinen yeni medya başta İnternet olmak üzere web siteleri, bilgisayar oyunları, çoklu ortam uygulamaları, etkileşimli yayıncılık vs. barındırmaktadır (Aydoğan, Akyüz, 2010: 18).

Geleneksel medya olarak adlandırabileceğimiz gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının karşısına bilgisayar ve İnternet teknolojisiyle çıkan yeni medya uygulamaları, kitleler üzerinde giderek ağırlığını hissettirmeye başlamıştır.

Timisi, bu durumu şu ifadelerle belirtmektedir: “Eski teknolojiler birkaç azınlığın çoğunlukla iletişim kurmasına izin verirken, çoğunluğun istek ve beğenileri azınlık tarafından belirlenmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ise çoğunluğun kendi istediği enformasyona ulaşmasına izin vermektedir.” (Timisi, 2003: 82).

Timisi’nin belirttiği gibi, yeni iletişim teknolojileri çoğunluğun zaman ve mekan bağımlılığı olmaksızın istediği enformasyona ulaşmasını sağlamaktadır.

Bu noktada, yeni iletişim teknolojilerini kullanan bireylerin ve toplumların, kullandıkları teknolojilere koşut olarak hem bireysel hem de toplumsal bir dönüşüm geçirdiklerini söylemek mümkündür.

Çünkü teknoloji, toplumsal dönüşümün - iyi ya da kötü- en belirleyici unsurudur. Teknoloji, bağımsız hareket eder ve bu nedenle ekonomiden politikaya, devletten gündelik yaşama kadar tüm toplumsal etkinlikleri belirleyebilir (Winner, 2001).

Toplumların tarihi gelişim süreci incelendiğinde de her yeni teknolojik icadın ardından toplumsal yaşamda büyük dönüşümlerin gerçekleştiği görülmektedir.

Bu bağlamda teknolojik determinizmden bahsetmek gerekir. Teknolojik determinizm, toplumsal gelişmenin temelini teknolojiyi oturtur. Williams’ın “Yeni teknolojiler, daha sonra sosyal değişim ve ilerlemenin koşullarını hazırlayacak olan bir araştırma ve geliştirme sürecinin temelinde içsel bir sonucu olarak keşfedilirler. Özellikle ilerleme, “modern dünyayı yaratan” bu icatların tarihidir. Teknolojinin doğrudan ya da dolaylı önceden tahmin edilebilir ya da edilemez tüm sonuçları tarihin tamamını belirler. Buhar makinesi, otomobil, televizyon, atom bombası hepsi de modern insanı ve koşulları oluşturmuştur.” sözleriyle tanımladığı teknolojik determinizme göre teknoloji tarihi belirler, insanı ve koşulları oluşturur (Williams, 2003: 12).

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimini merkezine alan görüşlerin büyük bir bölümü teknolojik değişim ile toplum arasındaki ilişkiyi bu belirleyicilik üzerinden kurmaktadır.

Harold Innis, teknolojinin toplumsal yaşamda belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Bu yaklaşıma göre Innis’in temel vurgusu toplumsal değişimin altında teknolojik gelişmelerin yattığıdır. Innis’e göre teknolojik araçların çoğu insanın fiziksel yeteneklerini geliştirmek çabası içindir. Teknoloji, insanın fiziksel yetilerinin uzantısı, iletişim teknolojisi ise insan bilincinin uzantısıdır. Innis’e göre insan kendi teknolojisi ile birlikte vardır; toplumsal biçimlerdeki ve kültürdeki değişiklikler iletişim teknolojilerindeki değişimlerin bir fonksiyonudur. Kısacası, Innis için her şeyi yapan iletişim teknolojileridir ve insan sadece bu teknolojinin yanında edilgen bir ögedir (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 166-167).

Innis, iletişim araçlarını üretildikleri hammaddeye (kil, taş, papirüs, kağıt vb.) göre ayırarak ve insanlık tarihini iletişim araçlarının gelişim tarihlerine göre sınıflandırarak her döneme özgü bir iletişim aracının egemen olduğu görüşünü ortaya atmıştır: Çin’de kağıt, Mezopotamya’da kil tabletler, Mısır’da papirüs, Antik Yunan ve Roma’da parşömen, Ortaçağ Avrupası’nda kağıt vb. Innis’e göre tarih boyunca her medeniyet belirli bir iletişim aracını öne çıkarmakta, bu araç toplumsal yapılara ve din, hukuk, politika gibi kurumlara biçim vermektedir (Şener, 2006: 8).

Bu düşünceye göre tarihteki büyük imparatorlukların varlığının da yıkımının da altında önemli oranda iletişim teknolojileri vardır. Innis'e göre uygarlıklar, zamansal ve mekansal denetimi sağlayarak ayakta kalmakta, yeni bir iletişim aracı keşfedildiğinde ise toplumsal denge altüst olmakta, bir kültürden ötekine geçilmektedir. Ekonomik, siyasal, toplumsal yapılar ve kitle iletişim araçları arasında önemli ölçüde bir dayanışma vardır. Toplumsal dönüşümün temelindeki en önemli belirleyici ise iletişim araçlarıdır. İletişim araçlarının özellikle de kültürel ve toplumsal örgütlenmede önemli role sahip olduklarını ileri sürer. Sivil toplumun oluşması, toplumsal düzlemde gerçekleşen her tür örgütlenmenin temelinde de yine iletişim teknolojilerinin varlığını vurgulamıştır (Güngör, 2013: 170).

Innis, daha sonra McLuhan'ın açıkça söyleyeceği "Araç, mesajdır" sloganının ilk sözcüsüdür. Ona göre bir uygarlıkta uzunca bir süre kullanılan bir iletişim aracı, o medyanın ilettiği bilginin karakterini de belirler. Bu belirleyicilik o kadar baskın bir hale gelir ki söz konusu uygarlıkta yaşamı sağlamak bir süre sonra imkansız hale gelince yeni bir iletişim aracı kullanılmaya başlanır, bu da yeni bir uygarlığın doğmasına yol açar (Şener, 2006: 8).

Innis ile Teknolojik Determinizm Kuramını benimseyen ve iletişim alanında teknolojik determinist görüşün en bilindik temsilcisi sayılan Marshall McLuhan da teknolojinin hem özerk olduğu, hem de toplum üzerinde belirleyici etkileri bulunduğunu savunmaktadır (Mutlu, 2008: 278).

Innis'in düşüncelerinden etkilenen McLuhan, insanlığın gelişimini iletişim araçlarının icatlarına bağlı olarak ele almış ve insanlık tarihini iletişim araçları tarihi olarak yorumlamıştır. Ona göre her yeni iletişim teknolojisi, insanlık için yeni bir ortam yaratır. İnsanlık tarihini "sözlü kültür", "yazılı kültür" ve "elektronik kültür" olmak üzere üç evreye bölen McLuhan, her bir kültürde yaşayan insanların kullandıkları araçların insan bedeninin bir uzantısı olduğunu ve farklı algılamalara yol açtığını ileri sürerek toplumdaki değişimleri tek tek bireylerin algılarındaki değişimden yola çıkarak açıklamaya çalışmıştır (Şener, 2006: 10).

Marshall McLuhan, teknolojik determinizme olan inancını, "Araçlarımızı biz şekillendiririz ve karşılığında onlar da bizi şekillendirir." sözü ile ifade etmektedir (Altay, 2003: 16).

McLuhan, "araç mesajdır" cümlesiyle bir aracın mesajı bize neyi değil, nasıl düşünmemiz gerektiğini söylediğini ileri sürer. Ona göre herhangi bir mesaj gönderildiği araca göre farklı etkiler yaratır, farklı duyulara seslenir. Bir hikaye radyo, sinema, televizyon ya da gazete ile hedefe gönderildiğinde her araç farklı bir etki yaratacaktır. Radyoda, görsellik yoktur, dolayısıyla dinleyici hikayeyi canlandırmakta özgürdür. Oysa televizyon görüntü ve sese dayanır ve hem göze hem kulağa hitap eder. İzleyiciye hayal imkanı tanınmaz. Kitaptan okunan bir bilgi zor unutulurken televizyonda izlenen bir görüntü kolayca unutulabilmektedir (Şener, 2006: 11).

McLuhan, elektronik kitle iletişim araçlarının (telgraf, radyo ve televizyon) icadıyla birlikte dünyanın 'global köy' e dönüştüğünden söz eder. Elektronik iletişim araçları sayesinde bilginin iletim hızı artar. Dünyada olup bitenleri anında öğrenerek zaman ve mekanı aşarız. 1962 yılında yayımladığı "*Gutenberg Galaksisi*" adlı eserinde matbaayı modernleşmenin başlangıcı olarak ele almış ve son yüzyıllarda dünyanın içerisine girdiği değişim ve dönüşüm sürecinin temeli olarak görmüştür. İletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve gelişmesiyle dünya daralmış, eski köy kültürüne doğru yönelmiştir. Ama bu köy, bilinen eski köylerden farklıdır. Bu köy, teknoloji merkezli bir köydür. Yaşamın, teknolojiyle biçimlendirildiği, bütün işlerin teknolojiyle örgütlendiği bir köydür. McLuhan, bu köyün insanların yüz yüze iletişimden tamamen vazgeçtiğini, sadece bilgisayar ve televizyon ekranlarına kilitlendiğini, dış dünyayla tüm iletişimin teknoloji aracılığıyla yürütüldüğü bir köy tasvir eder. Telefon, radyo, televizyon gibi sözlü iletişim araçlarının yanında

yeni medya araçları, sosyal medya vs. McLuhan'ın köyünün söze dayalı iletişim ortamını oluşturmaktadır (Güngör, 2013: 170).

McLuhan, her yeni medyanın sosyal anlamda kişilere bazı değerler kattığını ve onları geliştirdiğini öne sürmektedir. Bireyler bu yeni medyalar sayesinde yeni kültürel değerlere adapte olur ve yeniden şekillenir. Çünkü McLuhan'a göre teknoloji yalnızca insanların kullandığı icatlar değildir, insanları yeniden icat eden araçlardır (Altay, 2003: 25).

Yani McLuhan için önemli olan aracın kendisidir. Çünkü bireysel ve toplumsal etkilemeyi aracın kendisi yapar (Altay, 2003: 7).

McLuhan esas olanın teknolojinin içeriği değil bizzat teknolojinin kendisi olduğunu ileri sürmektedir. McLuhan bunu net bir biçimde "Araç, iletidir ve içerik başka bir araçtır." sözüyle açıklamaktadır. Her bir aracın biçimlendirdiği iletinin etkisi farklı olur. Bu etkiler bireylerin duyularına etki eder. Buna bağlı olarak her aracın etkisi de farklı olur. Her yeni teknoloji eskisini çöpe atar ve çöpe atılan teknolojilerle birtakım duyular da çöpe atılır (Erdoğan, Alemdar. 2005: 149).

Her bir iletinin bireyler üzerindeki etkisi farklıdır ve bu etki farklılığı bir yandan aracın kendisinden diğer yandan da aracın kullanım biçiminden kaynaklanır. Örneğin bilgisayar iyi amaçlarla da kullanılabilir, kötü amaçlarla da. Örneğin İnterneti sosyalleşmek amacıyla kullanarak iyi vakit geçirenler için yararlı ancak zaman yönetimini iyi ayarlayamayıp işinden, dersinden geri kalan için zararlıdır. Bu düşünceye göre İnternet aslında iyi ya da kötü değildir, önemli olan onu kimlerin, hangi amaçlarla, nasıl kullandığıdır. McLuhan'a göre belirleyici olan ileti değil, aracın kendisidir (Güngör, 2013: 175).

McLuhan'a göre iletişim teknolojisi aktif değişim gücüdür ve insan bu noktada hiçbir belirleyiciliği olmayan sadece pasif bir alıcıdan ibarettir (Erdoğan ve Alemdar, 2002:148).

McLuhan'ın Küresel Köy kavramı bugün internetin kullanımıyla birlikte yeniden gündemdedir. McLuhan'ın görüşleri hem liberal-işlevselci görüşlerle hem de döneme özgü yapısalcı (sıcak medya-soğuk medya) sınıflandırmalarından esinlenmiştir. Çünkü McLuhan, tam bir teknolojik determinist bakış açısı sunarak teknolojinin ortaya çıktığı toplumsal koşulları incelemek yerine icadın bireylerin algısı ve toplum üzerindeki etkilerini ele alır (Şener, 2006: 12).

Facebookta Var Olmak: Sosyal Paylaşım Ağında Benliğin Temsili

Bilgisayarlar ve İnternet, günümüz iletişim teknolojilerinin en önemli, en yaygın ürünlerinin başında gelmektedir. Tarihsel olarak iletişimde, hiçbir iletişim aracı bilgisayar ve İnternetin gerçekleştirdiği dönüşümü gerçekleştirmediği başarılamamıştır. Bu dönüşüm sonucunda yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır. Bu yeni iletişim biçimi görmek, görünmek, göstermek, gözetlemek ve gözetlenmek üzerine kuruludur (Toprak, vd., 2009: 156).

Televizyonun insan hayatına girmesiyle öne çıkan görme odaklı iletişim, günümüz iletişim ortamının temelini atmıştır. Kişinin bir profil yaratarak katıldığı sosyal paylaşım ağları bu dönüşümün en önemli ve çarpıcı göstergesidir.

Günümüzde görme/görünme odaklı yaşayan insanlar, günlük yaşantılarını gözler önüne sermekte herhangi bir sakınca görmemektedir. Bu durum, insanın ve toplumun mahremiyet anlayışında da bir dönüşümün gerçekleştiğinin göstergesidir.

Günlük hayatını herkese açmanın sıradanlaşmasının,devasa bir “Dikizleme Kültürü” deneyi gibi olduğunu öne süren Niedzviecki; Dikizleme kültürünün insanlığı yitirmiş insanlık sorununa çarpık bir çözüm olduğunu, kendimizi izlenir kıldığımızda, insanların bizimle ilgili yorum yapmasını sağladığımızda, birey olduğumuzun da bilincine vardığımızı, dikizlenerek ne kadar özel ve ne kadar farklı olduğumuzu başkalarına göstermek istediğimizi ve bunun da aynı zamanda, son derece sıradan ve normal insanlar olduğumuzu gösterdiğini ifade etmektedir. Bu şekilde bakılınca dikizlemenin, teknoloji çağını yaşayan bir toplumda doğmanın, durmadan alış veriş yapmanın ve küresel magazinin doğal bir sonucu olduğunu belirten Niedzviecki, dikizlemenin aynı zamanda bunların hepsine karşı çıkan bir tepki de olduğunu öne sürmektedir (Niedzviecki, 2010: 39).

Bu kadar gözetlenen ve gözetlenen bir kültür ortamında insanlar doğal olarak en iyi, en güzel, en zengin, en mutlu hâllerini ortaya koyarak kendilerinin diğer “sıradan” insanlardan ne kadar farklı olduklarını, ne kadar iyi yaşadıklarını, nerelere gittiklerini vs. göstermek istemekte ve diğer insanların da neler yaptığından, nasıl yaşadığından haberdar olmak istemektedir. Yaşamın iyi olduğu kadar kötü yönlerinin de insan hayatının vazgeçilmez bir parçası olduğu düşünüldüğünde bu kadar “iyi”nin doğal olmadığı açıktır. Bu durumda Facebook gibi profil esaslı sosyal paylaşım ağlarında bir imaj/izlenim yönetiminden söz etmek mümkündür.

İzlenim yönetimi konusunda en temel görüş, Erving Goffman’ın sosyal hayatın bir tiyatroya benzediğini ve herkesin çevresindekilere karşı bu tiyatroyu oynadığını öne süren görüşüdür. Goffman’a göre insanlar buldukları ortama yeni birisi girdiği zaman genelde ya o kişi hakkında bilgi edinme ya da hâlihazırda sahip oldukları bilgileri kullanma çabası içine girerler. En merak edilenler o kişinin genel toplumsal ve ekonomik durumu, kendini nasıl algıladığı, çevresine karşı tavrı vs. konulardır. Bu bilgiler gözlemcilerin kişinin onlardan ne beklediği kendilerinin de o kişiden ne beklemeleri gerektiği hakkında bir önbilgi kaynağı olduğu için önemlidir (Goffman, 2009: 17).Sahne de bulunan kişi ise kendisini gözlemleyenlerin kendisi hakkında olumlu görüşe sahip olmalarını, kendisinin de onlar hakkında olumlu düşünceler taşıdığını düşünmelerini istemektedir.

Goffman’a göre toplum, belli toplumsal özelliklere sahip herhangi bir bireyin diğer insanların kendisine belli bir değer vermelerini ve davranmalarını beklemesinin o kişinin ahlaki hakkı olduğu ilkesine dayalıdır. Bu nedenle bir kimse, bir durum tanımı yansıttığında ve dolayısıyla ya da açıkça belli bir tür insan olduğu yönünde bir iddiada bulunduğu diğer insanlardan kendi gibi kişilerin hak ettiği değer verilmesini ve öyle davranılmasını bekler (Goffman, 2009: 26).Bunun içinde kişilerin kendileriyle ilgili olumlu düşüncelerini sağlayacak paylaşımlarda bulunurlar.

Goffman, bu durumu “performanslar” başlığı altında toplamaktadır ve kişinin günlük yaşamdaki izlenimini yönetmek için çeşitli performanslar sergilediğini öne sürmektedir. Bu performansların başında öncelikle kişinin oynadığı role kendisinin inanması gerektiği gelmektedir. Kişi, rolünü canlandırdığında izleyicilerin ona inanmasını bekler. Ancak bu noktada kişinin kendisine inanıp inanmadığı önemlidir. Bir uçta kendisini oynadığı role tamamen kaptrarak sahnelediği rolün, gerçek olduğuna inanabilir. Örneğin bir kişinin, Facebook profilinde çok sayıda klasik müzik videosu paylaştıktan sonra kendisinin gerçekten bu müzik türünü sevdiğini düşünmesi olasıdır. Diğer uçta ise kişi kendisini sahnelediği oyunun tamamen dışında tutabilir. Kişi kendini gözlemleyenlerin inancını sadece başka amaçlara ulaşmak içinde kullanıyor olabilir. Örneğin aslında klasik müzikten hiç hoşlanmayan bir kişi sadece etkilemek istediği hedef kitlenin kendisi hakkında iyi bir izlenim edinmesi için Facebook profil sayfasında çok sayıda klasik müzik videosu paylaşarak kendisini gözlemleyenleri istediği gibi yönlendirebilir.

Park bu durumu,

“Kişi (person) sözcüğünün ilk anlamının ‘maske’ olması büyük olasılıkla tarihsel bir rastlantı değildir. Daha ziyade herkesin her zaman ve her yerde az, çok farkında olarak belli bir rolü oynadığı gerçeğinin kabulüdür bu... Biz birbirimizi bu roller içinde tanırız; bu rollerde kendimizi tanırız.” (Park’tan aktaran Goffman, 2009: 31).

sözleriyle ifade etmektedir. Goffman’a göre kendimiz hakkında oluşturduğumuz anlayışı temsil ettiği sürece bu maske bizim hakiki benliğimizdir, olmak istediğimiz hâlimizdir (Goffman, 2009: 31).

Kişinin performans yönetiminde “vitrin” oldukça önemli bir yere sahiptir. Vitrin, performans sırasında kişi tarafından kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifade donanımıdır. Vitrinin ilk bölümünü insan faaliyetlerine sahne ve ortam sunan “set” oluşturur. Bu set, kişinin performansını sergilemesi için gerekli donanımın bulunduğu mekân olarak düşünülebilir. Örneğin kişinin Facebook’taki profil sayfasında yer alan ev, oda, mobilya içeren fotoğraflar, gittiği yerlerin genel görünümünü ifade eden veriler, kullandığı araca ilişkin veriler bu setin parçalarıdır.

İzlenim yönetimi açısından çok önemli diğer bir unsur “kişisel vitrin”dir. Cinsiyet, yaş, ırksal özellikler, boy, görünüş, duruş şekilleri, konuşma kalıpları, yüz ifadeleri vs. kişisel vitrinin birer parçasıdır (Goffman, 2009: 39). Kişi izlenim yönetimini gerçekleştirirken kişisel vitrininden maksimum yarar sağlamaya çalışmaktadır. Bu nedenle çevresinde yer alan diğer insanlara kişisel vitrinini en iyi biçimde sunmaya çalışmaktadır. Örneğin günümüzde ticari bir kuruluş olan fotoğrafçılarda “Facebook profil fotoğrafı çekilir.” ifadesinin bulunması, kişinin bir sosyal paylaşım ağında kendisini temsil ederken en iyiyi kullanma ihtiyacının karşılığı olarak ortaya çıkmıştır.

Goffman, kişilerin performans sergilerken kendilerini olduklarından daha iyi, daha zengin, daha başarılı, daha önemli vs. gösterme, bir çeşit idealize etme eğiliminde olduklarını ifade etmektedir. Çünkü kendilik hakkındaki imajları yönetme girişiminin en temel gereksinimi, arzu edilen sosyal kimliklerin yapılandırılmasıdır. Bu bağlamda kişinin çevresindekiler tarafından nasıl algılandığı ve böylece diğerlerinin kendisine karşı olan davranışlarını şekillendirmeye yönelik etkiler önem kazanmaktadır. Örneğin kişinin Facebook profilinde önemli bir kişiyle çekilmiş fotoğrafını paylaşması çevresindekilere kendisinin de önemli olduğu izlenimi yaratma ve çevresinden daha fazla saygı görme ihtiyacıyla açıklanabilir. Ya da bir sosyal sorumluluk projesinde yer aldığını profil sayfasından ilan eden kişinin, çevresindekilere dünyada olup bitenlere karşı ne kadar duyarlı olduğunu göstererek hayranlık kazanmak isteğiyle karşılık bulabilir. Goffman bu noktada önemli bir noktaya değinmektedir. Kişi idealize edilmiş bir performans sergilemek istediğinde o ideallerle uyuşmayan davranışlardan vazgeçmek ya da o davranışları gizlemek durumunda kalmaktadır (Goffman, 2009: 50). Örneğin Facebook profilinde boş zamanlarını sosyal sorumluluk projelerine adanmış ifadesi eden bir kişi, kendisini kimsenin görmediğini düşündüğü bir boş zamanını gönüllü çalışacağı işler yerine futbol maçına ayırabilir ve bundan çok daha fazla keyif alabilir. Ancak yüksek olasılıkla profilinde idealize ettiği kimliği ile uyumsuzluk göstermemesi için bu bilgiyi profilinde paylaşmayacaktır.

Kişilerin genelde günlük yaşamda özelde ise Facebook profillerinde sergiledikleri performanslarına bakıldığında çevresindekilere sadece istedikleri kadarını gösterdikleri görülmektedir. Kişilerin cinsiyet, yaş, yaşadıkları yer, cinsel tercih, dinî tercih, politik görüş gibi pek çok bilgisini kendi rızalarıyla paylaştıkları Facebook gibi sosyal paylaşım ağları ilk bakışta kişi hakkında çok fazla bilgi veriyor gibi görünse de derinlemesine bir çözümleme yapıldığında aslında bu bilgilerin bir kişinin gerçek kimliğini ortaya koymakta ne kadar yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır.

izlenim yönetimi konusunda yetenekli bir kişi kendisini gözlemleyenlere göstermek istediği yönde performanslar sergileyerek istediği izlenimi verebilmektedir.

Günlük hayatta sergilenen performanslar sadece bireysel performanslarla sınırlı değildir. Aynı fikir, görüş, inanç vs. etrafında toplanan bireyler Goffman'ın deyişiyle "takım"ları oluşturur. Bu noktada takım performansından söz etmek gereklidir. Takım performansının en önemli özelliği, bireysel performansta sadece oyuncu olan bireyin takım performansında hem oyuncu hem de izleyici performanslarını aynı anda sergilemesi diğer bir deyişle kendi kendisinin izleyicisi olmasıdır (Goffman, 2009: 85). Kişi belli bir durum tanımını yaratmak için takım arkadaşının dramaturjik iş birliğine ihtiyaç duymaktadır. Sadece kendisinin performansı büyük çapta bir etkiye neden olmayacağı için kolektif çalışması gerekmektedir. Örneğin günümüzde Facebook gibi sosyal paylaşım ağlarında, aynı görüş etrafında toplanan bireylerin takımlar oluşturduğunu ve herhangi bir durum karşısında takım olarak hareket ederek yaratmak istedikleri etkinin boyutlarını arttırdıkları görülmektedir. Son dönemde dünya çapında harekete neden olan ve Facebook üzerinden örgütlenen "Arap Baharı" olgusu bu duruma güzel bir örnektir.

Kamusal Bir Alan Olarak Facebook

"Kamusal alan"ı bir kavram olarak ilk kez Jürgen Habermas, 1962'de yayımladığı "Kamusallığın Yapısal Dönüşümü" adlı eserinde ele almış; kavramı, özel ve kamusal olanı ayırt etmeye çalışarak tarihsel gelişim süreci içinde açıklamıştır. Habermas, "kamusal alan"ı, bireylerin düşünce ve fikirlerini özgürce dile getirebildikleri, tartışabildikleri, örgütlenme ve eylemde bulunabildikleri bir alan olarak ifade etmiştir (Habermas, 2012: 251).

Genel anlamıyla bireylerin katılımına açık ortak bir iletişim ve etkileşim alanı olarak tanımlanabilecek bir kavram olan "kamusal alan", günümüzde teknolojinin gelişmesiyle yeni bir boyut kazanmıştır.

Özellikle de yeni medya teknolojilerindeki gelişmeler bireyler arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmış, internet ve sosyal ağ sitelerinin kullanımı ile herkesin birbirine bir şekilde bağlı olduğu bir toplum yapısı oluşmuş; bu birbirine bağlı toplum da yeni kamusal alanlarını ortaya çıkarmıştır.

Medya teknolojilerinden önce, bir olayın kamusal olabilmesi için fiziksel olarak pek çok kişinin gözleri önünde gerçekleşmesi esas iken günümüzdeki belirleyici etken olayın medyadaki görünürlüğü olmuştur. .

Özellikle internet teknolojilerinin gelişmesi, birbirine internet ağı ile bağlanan insanların iletişim ve etkileşim süreçleri ile günümüzün kamusal alanlarını yaratmıştır. Bu kamusal alanın en temel özelliği Habermas'ın kamusal alan yaklaşımından hareketle ifade edilecek olursa özel şahıslardan oluşmuş kamusal toplulukların tartıştığı bir alan olmasıdır. Bu alan, bir tartışma platformu olarak ortak ilgi ve konular üzerinde yapılan görüş alışverişi ile kendine has bir kamuoyunun oluşumunu da beraberinde getirmektedir (Göker ve Doğan, 2011).

İnternet sayesinde siyasi, ekonomik, kültürel ve eğlence amaçlı olarak bir araya gelen bireyler, diğer yandan da belirli toplumsal olay ve sorunlar etrafında örgütlenebilmektedir. Zaten yeni teknolojilerin iletişim alanında kullanılmasının en önemli sonuçlarından biri budur. Farklı coğrafyalara, farklı sosyal sınıflara ait bireyler bir araya gelerek ortak değerleri, inançları, beğenileri vs. etrafında grup oluşturabilmektedir. Facebook ve benzeri sosyal ağlar, kullanıcılarına mesajlaşma ve tanışma imkânı sağlayan web siteleri haricinde, organizasyon kurmayı, organize olmayı, bilgi ve fikir paylaşmayı, inançlar düşünceler etrafında gruplaşmayı sağlayan sosyalleşme platformları olmuşlardır. Sosyal ağların yükselişi, organizasyonları çevrimiçi topluluklara dönüştürmüştür (Şenol, 2014).

Sosyal ağlar yoluyla yapılan örgütlenmelerin, büyük kitlelere çok kısa sürede ulaşma, talep eden, içerik belirleyen olma ve bireysel tepki verme gibi avantajları bulunmaktadır. Günümüzde medyana gelen kitlesel hareketlerdeki başarının önemli bir nedeni bu hareketlerde kullanılan iletişim aracının İnternet olmasıdır. Özellikle de sosyal ağlar son yıllarda dünyada meydana gelen kitlesel hareketlerde büyük rol oynamıştır (Şenol, 2014).

Facebook'ta profili olan bireyler, katıldıkları ve açtıkları gruplar sayesinde siyasal görüşlerini açıkça ortaya koymakta, bu şekilde kendilerine benzer/benzeş insanlara ulaşmayı veya siber uzamda seslerini duyurup, yandaş kazanarak bir çeşit örgütlenmeye gitmeyi amaçlamaktadır. Günümüzde Facebook'ta çeşitli amaçlarla kurulmuş, milyonlarca grup bulunmaktadır.

Facebook ortamında bu gruplar pek çok sanal protestolar gerçekleştirmekte, hatta bu çevrimiçi eylemleri çevrim dışına da taşımaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında Facebook'un bir çeşit sanal demokrasi platformu olduğunu söylemek yanlış olmaz. Üstelik isteyen herkes bu platforma katılabilir. Bunun için herhangi bir ön şart bulunmamaktadır. Siyasal partilerden, illegal siyasal örgütlenmelere, sivil toplum kuruluşlarından uluslararası eylemlere kadar hepsi bu platformun bir parçası olabilmektedir (Toprak, vd. 2009: 203).

Diğer taraftan Facebook kullanıcıları için birbirleriyle iletişim kurdukları konunun içeriği kısılarak, niteliği de değişmektedir. Bu araştırmadan yola çıkarak Binark ve öğrencileri Facebook kullanıcılarının sanal uzamdaki bu var oluş biçiminin aslında bir paylaşım olduğuna da dikkat çekmekte ve mahrem olanın sınırlarının değiştiğini savunmaktadır. Nitekim Facebook'taki siyasal ve toplumsal kampanyaların, sanaldan gerçeğe taşınmasının sınırlı olduğunu belirten Toprak vd., internet kullanan genç bir bireyin tek bir düğmeye basarak sayısız kampanyayı desteklediğini, ama konunun sadece kampanyayı yürüten örgütün gerçek uzamda üyesi olduğunda gerçek uzama geçtiğini belirtmektedir. Ayrıca Toprak vd., kullanıcıların gündelik yaşamlarında ırkçı, militarist, cinsiyetçi ve homofobik bakış açılarını Facebook ortamına taşıyarak, bu ortamı nefret içerikleri üretmek ve diğer taraftan da toplumsal olayların paylaşıldığı alan olarak kullandıklarına dikkati çekmektedir (Toprak, vd. 2009: 264).

Ortaöğretim Öğrencileri ve Facebook Kullanımları

Türkiye'de Ortaöğretim Kavramı

Millî Eğitim Temel Kanununun; 26'ncı maddesinde, ortaöğretim, ilköğretime dayalı, dört yıllık zorunlu, örgün veya yaygın öğrenim veren genel, mesleki ve teknik öğretim kurumlarının tümünü kapsar. Bu okulları bitirenlere ortaöğretim diploması verilir.

Aynı kanunun 27'nci maddesine göre, temel eğitimi tamamlayan ve ortaöğretime girmeye hak kazanmış olan her öğrenci, ortaöğretime devam etmek ve ortaöğretim imkânlarından ilgi, istidat ve kabiliyetleri ölçüsünde yararlanma hakkına sahiptir.

Yine Milli Eğitim Temel Kanununun 28'inci maddesinde, ortaöğretimin amaç ve görevleri şu şekilde tanımlanmıştır:

Ortaöğretim, Millî Eğitimin genel amaçlarına ve temel ilkelerine uygun olarak;

1- Bütün öğrencilere ortaöğretim seviyesinde asgari ortak bir genel kültür vermek suretiyle onlara kişi ve toplum sorunlarını tanıtmak, çözüm yolları aramak ve yurdun iktisadi sosyal ve kültürel kalkınmasına katkıda bulunmak bilincini ve gücünü kazandırmak,

2- Öğrencileri, çeşitli program ve okullarla ilgi, istidat ve kabiliyetleri ölçüsünde ve doğrultusunda yükseköğretime veya hem mesleğe hem de yükseköğretime veya hayata ve iş alanlarına hazırlamaktır.

Bu görevler yerine getirilirken öğrencilerin istekleri ve kabiliyetleri ile toplum ihtiyaçları arasında denge sağlanır. (http://mevzuat.meb.gov.tr/html/temkanun_0/temelkanun0.html).

Milli Eğitim Bakanlığının yayınladığı 2014/2015 istatistiklerine göre şu an Türkiye’de, genel ve mesleki ortaöğretim veren 7457’si resmî, 1603’ü özel olmak üzere toplam 9061 kurum/okulda, 5.691.071 öğrenci öğrenim görmektedir. Bu öğrencilerin 2.988.928’i erkek, 2.702.143’ü kızdır. Toplam 151.661 dersliği bulunan ortaöğretimde 298.378 öğretmen görev yapmaktadır. (<http://sgb.meb.gov.tr/www/mill-egitim-istatistikleri-orgun-egitim-2014-2015/icerik/153>).

Ortaöğretim Öğrencileri ve İnternet

İnternetin, yetişkinler tarafından kullanımında bilgi edinmek, iletişim kurmak, haber takip etmek, sosyalleşmek gibi çeşitli amaçlar ön plana çıkarken, gençler tarafından kullanımında daha çok oyun, eğlence, merak ve ödev temin etmek gibi amaçlar öne çıkmaktadır (Kahyaoğlu: 2012).

İnternet, eğitim sistemlerini de etkilemekte ve öğrencilerin internet ve bilgisayar okur-yazarı olmasını beklemektedir. Günümüzde ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim eğitim programlarının hemen hemen her kademesinde internet ve bilgisayarla ilgili etkinliklere rastlamak mümkündür. İnternet hem öğrencilere hem de öğretmenlere çok geniş ve zengin bir ortam sunmaktadır. Boldt, Gustafson ve Johnson’a göre internet, öğrencilerin öğrenme alışkanlıklarını ve deneyimlerini zenginleştirmek için kullanabilecekleri mükemmel bir araçtır. Bu aracın kullanılmasında ilk hedef, öğrencileri internet ile tanıştırmak, onları dünya çapında oluşturulmuş bu ağın bir parçası olma tutumlarını kazanmalarına yardımcı olmaktır. Daha ileri seviyelerde ise, bu ağ içerisinde, öğrencilerin proje tabanlı çalışma ortamlarından etkin bir şekilde faydalanmalarını sağlamaktır. (Boldt, Gustafson ve Johnson’dan 1995’ten akt. Kahyaoğlu, 2012). Parmley ise, internetin öğrencilerin sınıf içi projeler için gerekli bilgilere ulaşabileceği bir mecra olarak değerlendirirken, internetin öğrencilere eleştirel düşünce becerisi kazandıracağını ve öğrencilerin fikirlerini paylaşabilecek bireyler olarak yetişeceklerini öne sürmektedir (Parmley, 1994’ten akt. Kahyaoğlu, 2012).

Sunduğu sınırsız olanaklarla öğrenme yaşantılarını şüphesiz zenginleştiren internet kullanımında en önemli husus öğrencinin tutumudur (Kahyaoğlu: 2012). Yani internetin öğrenci için faydalı olup olmadığı tamamen onu kullanan öğrencinin tutumuna bağlıdır. Kullanma amacı, kullanma süresi, kullanma sıklığı vb. bu tutumu etkileyen değişkenlerdir.

Günümüzde hemen herkesin kolaylıkla ulaşabildiği İnternet, sunduğu zengin içerikle kullanıcılarını gittikçe daha çok kendisine bağlamaktadır. Son yıllarda internet kullanımının önemli ölçüde artışı patolojik kullanıma bir diğer ifadeyle internet bağımlılığına neden olmuştur (Yellowlees, 2007’den akt. Gürcan, 2010). Ergenlik dönemi içinde yer alan orta öğretim öğrencileri internete bağımlı hâle gelmeye en yatkın gruptan biridir. Çünkü ergenlerin en belirgin özelliklerinden birisi de merak duygusudur. İnternet ise onların merakını giderecek her türlü bilgiye erişim kolaylığı sağlamaktadır (Gürcan, 2010).

Bu durum, ortaöğretim sürecindeki öğrenciler açısından son derece tehlikelidir. Çünkü plansız internet kullanımı bir süre sonra bilgi kirliliğine dönüşebilmektedir. Her an karşısına çıkabilen, koruma programlarından yoksun bağlantılar, onları açtıkları her sayfada gereksiz bilgilerle ve

istenmedik görsellerle karşı karşıya getirmektedir. Başlangıçta sadece arkadaşlarla görüşmek, haber okumak ya da ödev yapmak gibi masum sebeplerle yapılan kullanım önlerinde yeni ve farklı bir dünyanın açılmasıyla bambaşka bir boyut kazanabilmektedir. Ergenlik sürecindeki ortaöğretim öğrencilerinin eğlence anlayışlarındaki esnek yapı ve heyecan arayışı ise onları bu konudaki tehlikelere karşı açık bir hedef hâline getirebilmektedir (Gürcan, 2010).

Ortaöğretim Öğrencileri ve Facebook Kullanımı

Günümüzde İnternet, bireylerin aileleri ve arkadaşlarıyla olan ilişkilerinden tüketim alışkanlıklarına kadar pek çok konuda yaşam tarzlarını değiştirmekte dolayısıyla da toplumsal yapıyı da derinden etkilemektedir. Bireylerin günlük yaşantılarının vazgeçilmez bir parçası olan İnternet, insanların sosyalleşmesinde de önemli bir araç hâline gelmiştir.

Yapılan araştırmalar göstermektedir ki popüler kültürün taşıyıcısı olarak da düşünülen gençler sosyalleşme, eğlence, bilgi edinme vs. amaçlı olarak İnterneti en yoğun kullanan toplumsal kesimdir.

Web 2.0 teknolojisinin bir ürünü olan ve günümüzde dünya çapında bir üne sahip olan sosyal paylaşım siteleri, oldukça sık ve yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu sosyal paylaşım siteleri arasında yer alan Facebook, günümüzde ulaştığı toplam ve aktif kullanıcı sayısı ile gençlik tarafından tercih edilme oranı açısından son derece dikkat çekicidir.

Ellison ve diğerleri, Facebook'u, özellikle gençler tarafından yeni insanlarla tanışmak ve iletişim kurmak amacı ile kullanılan, gençlerin kendilerini kolaylıkla ifade edebildikleri çevrimiçi bir sosyal paylaşım yazılımı uygulaması olarak tanımlamıştır (Ellison, vd. 2006).

Golder ve diğerleri, Gençlerin sosyal paylaşım ağları arasında en çok Facebook'u tercih ettiklerini; çünkü Facebook'ta hızlı, kapsamlı, dinamik ve zevkli bir biçimde sosyal etkileşim kurulabildiğini ifade eder (Golder, vd. 2007).

Mazer, Murphy and Simonds (2007); öğrencileri Facebook kullanıcısı olan öğretmenlerin Facebook kullanmasının öğrencinin motivasyonu, öğrenmesi ve sınıf iklimi üzerindeki etkilerini ortaya koyduğu araştırmalarında, eğitici anlamda Facebook kullanımının öğretmen-öğrenci ilişkisi açısından pozitif etkileri olduğunu, bunun da öğrenci açısından olumlu sonuçlar doğurabilecek olduğunu ifade etmişlerdir. Facebook kullanan öğretmenlerin, öğrenciler tarafından pozitif ilişki kurmaya çalışıyor gibi algılandıklarını belirten Mazer, Murphy and Simonds; yüksek bir motivasyon ve daha rahat bir sınıf ortamı oluşturması açısından Facebook kullanımının olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Vural ve Bat (2010); yaptıkları araştırmada, öğrencilerin % 75'inden fazlasının sosyal ağları kullandığı, % 75'ine yakın bir kısmının sosyal medyayı bildiği ve % 50'sinden biraz fazlasının sosyal ağları her gün kullandığı sonucuna ulaşmıştır.

Dünyada ve Türkiye'de yapılan araştırmalar da göstermektedir ki Facebook ilköğretim, ortaöğretim ve üniversite gençliği tarafından çok yoğun bir biçimde kullanılmaktadır. Bu noktada, ortaöğretime devam eden öğrencilerin bir diğer deyişle lise öğrencilerinin genelde sosyal paylaşım ağlarını özelden ise Facebook adlı sosyal paylaşım ağını neden tercih ettiği, ne kadar kullandığı sorularının cevapları, bir yandan çocukluk evresindeyken diğer yandan yetişkin kimliği inşasının ilk evresinde olan bu kitlenin ilköğretim çağındaki çocuklarla ve üniversite çağındaki gençlikle hangi noktalarda benzeştiği, hangi noktalarda ayrıştığı, Facebook'tan etkilenme düzeyinin ne kadarının olumlu ne kadarının olumsuz olduğunu anlamak bakımından çok büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, temel olarak bir yandan gerçek kimliğini inşa ederek toplumda kendine bir yer edinmeye çalışan bu genç kitlenin diğer yandan sanal bir toplulukta inşa etmeye çalıştığı kimlik arasındaki ilişki irdelenerek ortaöğretim gençliğinin İnternet, sosyal paylaşım ağları ve özelde Facebook kullanımında, yetişkinlerden, ilköğretim çağındaki çocuklardan ve üniversite çağındaki gençlikten hangi dinamiklerle ayrıldığı sorusuna cevap aranmaktadır.

Bulgular

Bu çalışmada, Türkiye'nin en büyük ili olan İstanbul'da tesadüfen seçilen üç ortaöğretim kurumunda, toplam 600 öğrenciye anket dağıtılmıştır. İstanbul, Türkiye'nin en yoğun nüfusa sahip ili olması ve başka illerden de göç alması nedeniyle Türkiye'deki ortaöğretim öğrencilerinin demografik özelliklerini diğer illere oranla daha net yansıtacağı varsayıldığı için seçilmiştir. Okullar belirlenirken tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır.

İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nün yayımladığı 2014 -2015 İstanbul Eğitim İstatistikleri verilerine göre İstanbul'da ortaöğretimde öğrenim gören toplam öğrenci sayısı 746.306'dır. Bu toplamın içinde yer alan öğrencilerin 230.896'sı genel ortaöğretim kurumlarında öğrenim görürken 515.410'u mesleki ortaöğretim kurumlarında öğrenim görmektedir. Bu öğrencilerin 679.465'i resmî kurumlarda öğrenim görürken 66.841 de özel kurumlarda öğrenim görmektedir (Millî Eğitim İstatistikleri, 2015).

Bu kapsamda İstanbul'daki bütün resmi ve özel ortaöğretim kurumları değerlendirilmiş, ancak hepsine ulaşmak mümkün olamayacağı için üç tane okul belirlenmiştir. Okullar tesadüfi yöntemle belirlenmiştir ancak farklı toplum kesimlerini simgeleyebilmeleri amacıyla tür olarak her birinin birbirinden farklı olmasına dikkat edilmiştir. Dolayısıyla araştırmayı yapmak üzere belirlenen on okuldan bir Anadolu Lisesi, bir Özel ise ve bir de Meslek Lisesi seçilerek araştırmanın sınırlılıkları içinde sadece belli bir toplum kesimini değil, olabildiğince bütün toplum kesimlerini yansıtabilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında söz konusu üç okulda, toplam 600 öğrenciye anket uygulanmış, anketlerden tamamen cevaplanan 512'i adeti değerlendirilmeye alınmıştır. Sorulara hiç yanıt alınamayan ya da üçte ikisinden az yanıtlanmış olan 88 anket; sağlıklı bir çözümlenmeye imkan veremeyeceği kanısıyla değerlendirilmeye alınmamıştır.

Değerlendirilmeye alınan anket sonucunda elde edilen veriler, bilgisayar ortamında sosyal bilim araştırmalarına uygun olarak hazırlanan bir istatistik programı kullanılarak çözümlenmiştir. Paket program yardımıyla verilerin frekans dağılımı ve yüzdeleri hesaplanmıştır. Anket soruları birbirleriyle karşılaştırılarak farklı analizler de elde edilmiş; bu analizler araştırmanın varsayımları esas alınarak yorumlanmıştır.

Katılımcıların Demografik Özellikler

Çalışmaya 310'u kız olmak üzere toplam 512 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin %60,5'i kız; %39, 5'i ise erkeklerden oluşmaktadır. Öğrencilerin %67,4'ünü 14 - 16 yaş aralığındaki öğrenciler oluştururken %32,6'sı 16 - 19 yaş aralığında olduklarını ifade etmişlerdir. Araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin %52,1'i Anadolu Lisesinde, %28,3'ü Özel Lisede, %19,5'i de Meslek Lisesinde öğrenim gördüklerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların İnternet Kullanma Düzeyleri

Bu kısımda öğrencilerin internet ile olan ilişkileri irdelenmiştir. Katılımcılara, kendilerine ait İnternet bağlantılı bir cihazlarının olup olmadığı, internete nereden ulaştıkları, kullanma

sıklıkları ve nedenleri sorularak ortaöğretim öğrencilerinin internetle olan ilişkileri saptanmıştır. Katılımcıların %54,5'i kendilerine ait internet bağlantılı bir cihaza sahip olduklarını ifade ederken %45,5'i olmadığını belirtmiştir. Oranların birbirine çok yakın çıkması anlamlıdır. İnternete günümüzde teknik altyapısı itibarıyla en ücra yerlerde bile erişimin mümkün olmasına rağmen katılımcıların yarısına yakınının kendisine ait internet bağlantılı bir cihazının olmaması, internete erişebilmek için sadece teknik altyapısının olmasının yeterli olmadığını, katılımcıların sosyoekonomik ve sosyokültürel düzeyleri ile de yakından ilgisi olduğu sonucuna ulaştırmaktadır.

Katılımcıların %55,7'si İnternete evden, %21,7'si arkadaşının/akrabasının evinden, %14,3'ü internet kafelerden %2,7'si ise okuldan eriştiklerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların İnternete kullanma sıklıkları sorulduğunda %55,3'ü günde bir saatten az, %33,4'ü bir ila üç saat arasında, %11,3'ü ise günde üç saatten fazla kullandığını ifade etmiştir. Çoğunluğun günde bir saatten az kullandığını belirtmesinin nedeninin aile denetimi olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların İnternet kullanma nedenleri arasında ilk sırayı ödev/araştırma yapmak alırken (%46,5) ikinci sırada Facebook/Twitter gibi sitelerde vakit geçirmek yer almaktadır (%28,9). Arkadaşlarla sohbet etmek üçüncü sırada yer alırken (%16,4), yeni arkadaşlar edinmek ve oyun oynamak son sırayı eşit oranlarla paylaşmaktadırlar (%4,1).

Bu sonuçlara istinaden, ortaöğretim öğrencilerinin interneti öncelikle bir bilgi kaynağı olarak algıladıkları ardından da sosyalleşme ihtiyaçlarını giderdikleri bir mecra olarak gördükleri değerlendirilmektedir.

Ortaöğretim Öğrencilerinin Facebook'a Yaklaşımları

Bu kısımda ortaöğretim öğrencilerinin genelde sosyal ağlar özelde ise Facebook adlı sosyal paylaşım ağını kullanma dinamikleri incelenerek gerçek yaşamdaki benlikleri ile sanal ortamda inşa ettikleri benlikleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin çok büyük bir çoğunluğu, %84,8'i bir sosyal paylaşım ağına üyedir. Sadece %15,2'lik bir kısmı, sosyal paylaşım ağı kullanmadıklarını ifade etmiştir. Bu oranlar, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal ağlardan haberdar olduklarını daha da önemlisi onları kullandıklarını göstermesi açısından önemlidir. Özellikle de kendine ait internet erişimli bir cihaza sahip olanların sayısının %54,5 olduğu düşünülürse, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarına üyelik oranlarının %84,8 olması, kendilerine ait internet erişimli bir cihazları olmamasına rağmen bir şekilde sosyal paylaşım ağlarını kullandıklarını ortaya çıkarmaktadır.

Çizelge 1. Katılımcıların üye oldukları sosyal paylaşım ağları dağılımı

Aşağıda yer alan sosyal paylaşım ağlarından hangisine/hangilerine üyesiniz?	Sayı	Oran
Kullanmıyor	78	15,2
Facebook	331	64,6
Twitter	12	2,3
Yonja	2	0,4
LinkedIn	2	0,4
Facebook & Twitter	87	17,0
Toplam	512	100,0

Yukarıda yer alan Çizelge-1’de de görüldüğü üzere ortaöğretim öğrencileri, sosyal paylaşım ağları arasında en çok Facebook’u kullanmaktadırlar. Katılımcıların %64,6’sı sadece Facebook kullanırken; % 17’ si Facebook ve Twitter kullanıcıları olduklarını ifade etmişlerdir. Bu durumda, Facebook ve Twitter’ı aynı anda kullananların sayısı tek başına Facebook kullananlara eklendiğinde katılımcılardan Facebook kullananların oranı %81,6 olduğu görülmektedir.

Bir sosyal paylaşım ağına üye olan katılımcıların profillerinde yer alan arkadaş listelerinde, çoğunluğu gerçekten tanıdıkları insanlar oluşturmaktadır. %57,6’sı sosyal paylaşım ağlarını sadece gerçekte tanıdığı insanlarla bağlantı kurmak için kullanmaktadır. Katılımcıların %26’sı, arkadaş listelerinde hem gerçek hayattan hem de internetten tanıştıkları insanlar olduklarını belirtmiştir. Arkadaş listelerinde sadece internetten tanıştığı insanların olduğunu bildiren katılımcıların oranı sadece %1,2’de kalmıştır. Bu durumda, katılımcıların sosyal paylaşım ağlarını kullanım amaçlarının, gerçek hayattaki ilişkilerini sanal uzamda da devam ettirmek istemeleri olduğu söylenebilir. Bunun yanında yeni insanlarla tanışıp sosyalleşebilmek de katılımcılar için bir kullanım motivasyonudur ancak gerçek ilişkileri sanalda devam ettirmek kadar baskın bir motivasyon değildir.

Ellison vd. (2007); yaptıkları araştırmada, Facebook’un yeni insanlarla tanışmanın aksine, mevcut ilişkileri korumak ve kuvvetlendirmek için kullanıldığını ifade etmişlerdir.

Araştırmaya katılan katılımcılara profillerinin doğruluk oranları sorulduğunda % 44,5’i hepsinin doğru olduğunu ifade ederken %21,5’i ise büyük çoğunluğunun doğru olduğunu bildirmiştir. Katılımcıların %15,2’si profilinde yer alan bilgilerin yarı yarıya doğru olduğu bilgisini paylaşırken, profilinde yer alan bilgilerin büyük çoğunluğunun ya da tamamının gerçek dışı olduğunu bildirenlerin toplam oranı, sadece % 3’tür. Bu oranlara bakıldığında, katılımcıların gerçek hayattaki benliklerini sanal uzamda da devam ettirmeye çalıştıkları söylenebilir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu kendi profillerinde yer alan bilgilerin gerçekleri yansıttığını düşünürken, kendileri dışındaki kullanıcılardan emin değildir. Katılımcıların sadece %7,6’sı, “Size göre Facebook gibi siteleri kullanan diğer insanların profilinin ne kadarı doğru?” sorusuna “Hepsi doğru” yanıtını vermiştir. %17,2’si büyük çoğunluğunun doğru olduğunu ifade ederken en yüksek oran başka insanların sosyal paylaşım ağı profillerinde verdikleri bilgilerin yarı yarıya doğru olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %48,4’ü bu yönde düşünmektedir. %26,2’si de diğer insanların profillerinde paylaştıkları bilgilerin tamamının ya da büyük çoğunluğunun gerçek dışı olduğunu düşünmektedirler.

Bu oranlar katılımcıların büyük çoğunluğunun her ne kadar gerçek hayatta tanıdıkları insanlarla sanal uzamda bağlantılarını devam ettirmek için sosyal paylaşım ağlarını kullansalar da arkadaş listelerinde yer alan kişilere tam olarak güvenmediklerini ortaya çıkarmaktadır. Büyük çoğunluğu kendisinin profilinin gerçekleri yansıttığını düşünürken diğer insanların profillerinin gerçekleri yansıtmadığını düşünmesi oldukça dikkat çekicidir.

Çizelge 2. Katılımcıların facebook kullanma amaçları dağılımı

Facebook kullanma amacınız	Frekans	Oran
Boş	78	15,2
Arkadaşlarınızla iletişim kurmak	298	58,2
Arkadaşlarınızın ne yaptığını görmek	42	8,2
Arkadaşlarınızın sizin neler yaptığınızı görmesini sağlamak	7	1,4
Eski arkadaşlarınızı bulmak	48	9,4
Oyun oynamak	39	7,6
Toplam	512	100,0

Araştırmanın önemli sorularından biri olan ve sonuçları doğrudan etkileyecek olan “Facebook kullanma amacınız?”a katılımcıların %58,2’si “arkadaşlarıyla iletişim kurmak” cevabını vermiştir. Kullanım amaçlarında ikinci sırada %9,2 ile “eski arkadaşları bulmak” yer alırken “arkadaşların ne yaptığını görmek” %8,2 ile üçüncü sırada bulunmaktadır. “Oyun oynamak” % 7,6’lık bir kesim tarafından tercih edilirken “arkadaşlarınızın sizin neler yaptığınızı görmesini sağlamak” %1,4 ile son sırada yer almaktadır.

Bu oranlar, araştırma örneklemini oluşturan ortaöğretim öğrencileri için Facebook’un en temel kullanım amacının arkadaşlarla (yeni ya da eski) iletişim kurmak olduğunu göstermektedir. Arkadaşları gözetlemek ve onlar tarafından gözetlenmek de kullanım amaçlarındandır ancak iletişim kurmak kadar baskın değildir. Ayrıca katılımcıların gözetlemeyi gözetlenmekten daha çok tercih etmeleri de oldukça dikkat çekicidir. Facebook’un bünyesinde yer alan oyunların da bir kısım kullanıcı için Facebook’u kullanma amacı olduğunu da ayrıca belirtmek gerekir.

Araştırmaya katılan katılımcıların %82,8’i arkadaşlarıyla yüz yüze iletişim kurmayı tercih ederken %17,2’si Facebook üzerinden iletişim kurmayı tercih etmiştir.

Bu oranlar katılımcıların gerçek hayatta iletişim kurmayı sanal uzamda kurmaya tercih ettiklerinin önemli bir göstergesidir. Bu durum arkadaşlarıyla Facebook üzerinden gerçekleştirdikleri iletişimi gerçek yaşamdaki ilişkilerine bir alternatif olarak değil o ilişkilerin bir devamı, onları tamamlayan bir iletişim biçimi olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır.

Çizelge 3. Facebook’un katılımcılar için ifade ettiği anlamların dağılımı

Facebook sizin için ne anlam ifade ediyor?	Sayı	Oran
Boş	56	10,9
İstediğim kişinin ne yaptığını görebiliyorum.	76	14,8
Yaşadığım güzellikleri diğer insanlarla paylaşabiliyorum.	104	20,3
Pek çok yenilikten haberdar oluyorum	147	28,7
Birçok yeni insan tanıyabiliyorum.	43	8,4
Yerimden kalkmadan iyi vakit geçiriyorum	86	16,8
Toplam	512	100,0

Araştırmanın en önemli sorularından biri olan “Facebook sizin için ne anlam ifade ediyor?” sorusuna çoğunluk cevabı çıkmamış; cevaplar birbirine yakın aralıklar içinde dağılım göstermiştir. Katılımcıların %28,7’si Facebook sayesinde pek çok yenilikten haberdar olduğunu ifade etmiştir. %20,3’ü yaşadığı güzellikleri başka insanlarla paylaşmayı ifade ettiğini belirtirken %16,8’i için yerinden kalkmadan iyi vakit geçirmek anlamına gelmektedir. İstediği kişinin ne yaptığını görmeye olanak tanınması % 14,8 için önem arz ederken %8,4 ise Facebook’un onlar için pek çok yeni insan tanımak anlamına geldiği söylenebilir.

Katılımcıların “Facebook sizin için ne ifade ediyor?” sorusuna verdikleri birbirinden farklı ancak yakın aralıklarda yer alan cevaplar, Facebook’un her kullanıcının birbirinden farklı olan ihtiyaçlarına cevap verebildiğini göstermektedir.

Bu durum, Facebook’un gerek dünyada gerekse ülkemizde bu kadar yaygın olarak kullanılmasının, genç, yaşlı; kadın, erkek pek çok kişi tarafından tercih edilmesinin açıklaması olabilir.

Katılımcıların Facebook'a Karşı Tutumları

Bu kısımda katılımcıların Facebook'a karşı tutumlarını belirlemek amacıyla Likert Ölçeği'ne göre hazırlanan 15 adet soruda, "Tamamen katılıyorum", "Kısmen katılıyorum", "Kararsızım", "Kısmen katılmıyorum" ve "Tamamen katılmıyorum" seçeneklerinden kendilerine en yakın olanı seçmeleri istenmiştir.

Likert Ölçeği ile hazırlanan tutum belirleme amaçlı bu soruların cevaplanma oranı da %100'dür. Bu durum Facebook kullanan ya da kullanmayan tüm katılımcıların tutum ölçeğini yanıtladıklarını dolayısıyla da kullansalar da kullanmasalar da Facebook'a karşı olumlu ya da olumsuz bir tutum geliştirdiklerini göstermektedir.

Katılımcıların % 34,2'si Facebook'un diğer sosyal paylaşım ağlarından daha iyi olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %28,9'u da bu görüşe kısmen katılmaktadır. %12,7'lik bir kesim buna tamamen katılmazken %5,1'lik bir kesim de kısmen katılmamaktadır. Bu konu hakkında kararsız kalanların oranı %19,1 olarak saptanmıştır.

Bu dağılım genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların çoğunluğuna karşılık gelen %73,1'inin Facebook'un diğer sosyal paylaşım ağlarından daha iyi olduğu düşündüğü ortaya çıkmaktadır. Kararsızlar değerlendirilmeye alınmasa bile Facebook'un diğer sosyal paylaşım ağlarından daha iyi olmadığını düşünenlerin oranı %17,8 olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların %20,3'ü Facebook'un diğer sosyal paylaşım ağlarından daha güvenli olduğu görüşüne tamamen katılmaktadır. %25,2'si de kısmen bu görüşe katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda kararsız kalanların oranı %26'dır. Katılımcıların %19,1'i bu görüşe tamamen katılmazken %9,4'ü de kısmen katılmamaktadır.

Katılımcıların %46,1'i Facebook'un diğer insanlarla iletişim kurmalarını sağlayarak onları sosyalleştirdiğini düşünmektedir. Katılımcıların %21,5'i de kısmen bu görüşe katıldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %8,2'si bu görüşe tamamen katılmazken %6,1'i de kısmen katılmamaktadır. Bu konuda kararsız kalanların oranı %18,2' dir.

Çizelge 4. Facebook'un diğer insanların hayatını gözetlemeye yaradığını düşünenlerin dağılımı

Facebook sayesinde herkesin ne yaptığını, nereye gittiğini görebiliyorum.	Sayı	Oran
Tamamen katılıyorum	170	33,2
Kısmen katılıyorum	140	27,3
Kararsız	91	17,8
Kısmen Katılmıyor	52	10,2
Tamamen Katılmıyor	59	11,5
Toplam	512	100,0

Katılımcıların %33,2'si Facebook sayesinde diğer insanların yaşamlarını gözetleyebildiğini ifade etmiştir. %27,3'lük bir kısım da bu görüşe kısmen katıldıklarını belirtmiştir. Bu konuda kararsız kalanların oranı %17,8'dir. Katılımcıların %11,5'i bu görüşe tamamen katılmazken %10,2'si de kısmen katılmamaktadır.

Genel dağılım incelendiğinde katılımcıların %60,5'inin Facebook'u diğer insanların ne yaptığını, nereye gittiğini gözetlemek amacıyla kullandıklarını görmekteyiz. Facebook'u bu amaçla kullanmadığını ifade edenlerin oranı %21,7'dir.

Çizelge 5. Facebook sayesinde gözetlendiğini düşünenlerin dağılımı

Facebook sayesinde herkes benim ne yaptığımı, nereye gittiğimi görebiliyor.	Sayı	Oran
Tamamen katılıyorum	111	21,7
Kısmen katılıyorum	119	23,2
Kararsız	97	18,9
Kısmen Katılmıyor	54	10,5
Tamamen Katılmıyor	131	25,6
Toplam	512	100,0

Facebook sayesinde diğer insanlara kendi yaşamlarını gözetlebildiğini ifade eden katılımcıların oranı %21,7'dir. %23,2'lik bir kısım da bu görüşe kısmen katıldıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %25,6'sı bu görüşe tamamen katılmazken %10,5'i de kısmen katılmamaktadır. Bu konuda kararsız kalanların oranı %18,9' dur

Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşlerinin genel dağılımı incelendiğinde %44,9'unun Facebook'u, kendisini gözetletmek amacıyla kullandıklarını ifade etmişlerdir. %36,1'i bu görüşe katılmadıklarını belirtmişlerdir. Burada dikkat çekici nokta, katılımcıların başkalarının yaşamlarını gözleme oranlarının kendi yaşamlarını gözetletme oranlarından daha yüksek çıkmasıdır. Bu durum katılımcıların Facebook aracılığıyla başkalarının yaşamını izlemeyi kendi yaşamlarını izletmekten daha çok tercih ettiklerini göstermektedir.

Katılımcıların %29,7'si Facebook sayesinde artık daha çok arkadaşları olduğunu ifade etmiştir. Bu görüşe kısmen katıldıklarını belirten grubun oranı %18,8'dir. Bu konuda kararsız kalanların oranı % 16'dır. Katılımcıların %25,8'i bu görüşe tamamen katılmazken %9,8'i de kısmen katılmadıklarını ifade etmişlerdir.

Facebook sayesinde herkesin kendisini daha iyi tanıdığını ifade eden katılımcıların oranı %26'dır. %21,3'lük bir kısım da bu görüşe kısmen katıldıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %23,4'ü bu görüşe tamamen katılmazken %8'i de kısmen katılmamaktadır. Bu konuda kararsız kalanların oranı %21,3' tür.

Katılımcıların %22,9'u Facebook'ta zaman geçirmeyi dışarıda dolaşmaya tercih ettiklerini ifade etmiştir. Bu görüşe kısmen katıldıklarını belirten grubun oranı % 15'tir. Bu konuda kararsız kalanların oranı %15,2'dir. Katılımcıların %41,4'ü bu görüşe tamamen katılmazken %5,5'i de kısmen katılmadıklarını ifade etmişlerdir.

%37,9'luk bir kesimin Facebook'ta zaman geçirmeyi dışarıda dolaşmaya tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Ancak katılımcıların yarısına yakını (%46,9) bu görüşe katılmadıklarını ifade etmişlerdir. %37,9'luk bir kesimin dışarıda olmak yerine Facebook'ta zaman geçirmeyi tercih etmesi oldukça dikkat çekicidir. Bu durum Facebook'un katılımcılar arasında azımsanamayacak kadar büyük bir kitle açısından pek çok ihtiyacı karşılayan bir platform olarak görüldüğü söylenebilir. Gelecekte teknolojinin gelişimine koşut olarak Facebook'un da kendini geliştireceği göz önüne alındığında bu oranın çok daha fazla artacağını öngörmek mümkündür.

Araştırmanın evrenini ortaöğretim öğrencileri oluşturduğu için Facebook kullanımının öğrenme kapasitelerini ve derslerdeki başarılarını nasıl etkilediği saptanmıştır.

Facebook sayesinde öğrenme kapasitesinin arttığını ve derslerdeki başarısını olumlu etkilediğini düşünenlerin oranı ortalama %23,5'tir. Buna karşılık tam tersini düşünenlerin oranı yaklaşık %52,5'tir. Bu konuda kararsız kalanların oranı yaklaşık %23'tür.

Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşlerinin genel dağılımı incelendiğinde %52,5 gibi yarısının üstünde bir oranın Facebook'un öğrenme kapasitesinin azalttığını ve derslerdeki başarısını olumsuz etkilediğini düşündüğünü göstermektedir. Bu durum, Facebook'un onları olumsuz etkilediğini düşünmelerine rağmen katılımcıların büyük çoğunluğunun Facebook kullandıklarını ortaya koyması açısından dikkat çekicidir.

Katılımcıların %32,2'si Facebook'un zaman kaybı olduğunu düşünmektedir. Bu görüşe kısmen katıldıklarını belirten grubun oranı %17,4'tür. Bu konuda kararsız kalanların oranı %24,2'dir. Katılımcıların %17'si bu görüşe tamamen katılmazken %9,3'ü de kısmen katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların neredeyse yarısı Facebook'un zaman kaybı olduğunu düşünmesine rağmen Facebook kullanmaktadır.

Çizelge 6. Facebook'un tehlikeli bir site olduğunu düşünenlerin dağılımı

Facebook tehlikeli bir sitedir.	Sayı	Oran (%)
Tamamen katılıyorum	112	21,9
Kısmen katılıyorum	81	15,8
Kararsız	147	28,7
Kısmen Katılmıyor	60	11,7
Tamamen Katılmıyor	112	21,9
Toplam	512	100,0

Facebook'un tehlikeli bir site olduğunu düşünenlerin oranı ortalama %21,9'dur. Buna kısmen katılanların oranı %15,8'dir. Bu konuda kararsız kalanların oranı %28,7'dir. Bu görüşe tamamen katılmadığını ifade edenlerin oranı %21,9 iken, % 11,7'lik bir kesim de kısmen katılmadıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşlerinin genel dağılımı incelendiğinde %37,7'lik bir oranın Facebook'u tehlikeli bulduğunu göstermektedir. %33,6'lık bir kesim ise Facebook'un tehlikeli olduğunu düşünmemektedir. Seçenekler tek başlarına değerlendirildiğinde Facebook'un tehlikeli olup olmadığı konusunda kararsız kalanların oranının %28,7 ile diğerlerinden daha yüksek çıkması, katılımcıların bu konuda kafalarında soru işaretleri olduğunu ortaya koymaktadır.

Çizelge 7. Ebeveyn olsa çocuğunun Facebook kullanmasını destekleyeceklerin dağılımı

Ben anne ya da baba olsam çocuğumun Facebook kullanmasını desteklerdim	Sayı	Oran (%)
Tamamen katılıyorum	96	18,8
Kısmen katılıyorum	117	22,9
Kararsız	140	27,3
Kısmen Katılmıyor	40	7,8
Tamamen Katılmıyor	119	23,2
Toplam	512	100,0

Kendisi ebeveyn olsa çocuğunun Facebook kullanmasını destekleyeceklerin oranı %18,8'dir. Buna kısmen katılanların oranı %22,9'dur. Bu konuda kararsız kalanların oranı %27,3'tür. Bu görüşe tamamen katılmadığını ifade edenlerin oranı %23,2 iken, %7,8'lik bir kesim de kısmen katılmadıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların Değişkenleri Arasındaki İlişki

Araştırmanın örneklemini oluşturacak öğrenciler seçilirken farklı sosyoekonomik kesimleri temsil edebilmeleri için birbirinden farklı türde okullara devam etmeleri, farklı cinsiyetlere sahip olmaları ve farklı yaş aralığında olmaları esas alınmıştır. Böylelikle araştırmanın sınırlılıkları içinde örneklemin mümkün olduğunca geniş bir öğrenci kesimini temsil etmesine çalışılmıştır.

Öncelikle katılımcıların okudukları okulla kendilerine ait internet erişimlerinin olup olmadığı sorgulanarak sosyoekonomik düzeyleri ile internete erişimleri arasındaki ilişki saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmaya katılarak anket sorularının tümünü yanıtlayan 512 ortaöğretim öğrencisinden 267'si Anadolu Lisesine devam ettiğini, 145'i Özel Lise'ye devam ettiğini, 100'ü ise Meslek Lisesine devam ettiğini belirtmiştir.

Çizelge 8. Katılımcıların okudukları okul ile internet erişimleri arasındaki ilişki

Okumakta olduğunuz okul?	Kendinize ait İnternet bağlantılı cihazınız var mı?		Toplam
	Var	Yok	
Anadolu Lisesi	143	124	267
Özel Lise	97	48	145
Meslek Lisesi	39	61	100
Toplam	279	233	512

Anadolu Lisesi öğrencilerinin 143'ünün kendisine ait internet erişimli cihazı varken 124'ünün yoktur. Bu durumda araştırmaya katılan Anadolu Lisesi öğrencilerinin yarısından fazlasının kendilerine ait internet erişiminin olduğunu söylemek mümkündür.

Özel Liseye devam eden 145 öğrenciden 97'sinin kendisine ait internet erişimli cihazı varken 48'inin yoktur. Bu durumda araştırmaya katılan Özel Lise öğrencilerinin büyük çoğunluğunun kendilerine ait internet erişiminin olduğu ortaya çıkmıştır.

Meslek Lisesine devam eden 100 öğrenciden 39'unun kendisine ait İnternet erişimli cihazı varken 61'inin yoktur. Bu durumda araştırmaya katılan Meslek Lisesi öğrencilerinin büyük çoğunluğunun kendilerine ait İnternet erişiminin olmadığı görülmektedir.

Çizelge 9. Katılımcıların cinsiyetleri ile internet erişimleri arasındaki ilişki

Cinsiyetiniz?	Kendinize ait İnternet bağlantılı cihazınız var mı?		Toplam
	Var	Yok	
Kız	162	148	310
Erkek	117	85	202
Toplam	279	233	512

Katılımcıların cinsiyetleri ile İnternet erişimleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla düzenlenen Çizelge-33 değerlendirdiğinde, araştırmaya katılan 310 kız öğrenciden 162'sinin kendisine ait internet erişimli cihazının olduğu, 148'inin olmadığı görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan kız öğrencilerinin yarısından fazlasının kendilerine ait internet erişiminin olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan 202 erkek öğrenciden 117'sinin kendisine ait internet erişimli cihazı varken 85'inin yoktur. Bu durumda araştırmaya katılan erkek öğrencilerinin yarısından fazlasının kendilerine ait internet erişiminin olduğunu söylemek mümkündür.

Bu kapsamda, öğrencilerin cinsiyetleriyle internet erişimli bir cihazlarının olması arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Çizelge 10. Katılımcıların okudukları okul ile üye oldukları sosyal paylaşım ağları arasındaki ilişki

Okumakta olduğunuz okul?	Aşağıda yer alan sosyal paylaşım ağlarından hangisine/hangilerine üyesiniz?						Toplam
	Boş	Facebook	Twitter	Yonja	LinkedIn	Facebook & Twitter	
Anadolu Lisesi	34	186	6	1	1	39	267
Özel Lise	10	89	4	0	0	42	145
Meslek Lisesi	34	56	2	1	1	6	100
Toplam	78	331	12	2	2	87	512

Katılımcıların devam ettikleri okulla üye oldukları sosyal paylaşım ağları arasındaki ilişki değerlendirildiğinde Anadolu Lisesine devam eden 267 öğrenciden 186'sı Facebook'a, 6'sı Twitter'a, 1'i Yonja'ya, 1'i LinkedIn'e, 39'u da Facebook ve Twitter'ın ikisine de üye olduğunu ifade etmiştir. Bu durumda 267 öğrenciden 225'i Facebook kullanıcısıdır. 34 öğrenci ise hiçbir sosyal paylaşım ağını kullanmadığını ifade etmiştir.

Özel Liseye devam eden 145 öğrenciden 89 Facebook'a, 4'ü Twitter'a, 42'si ise Facebook ve Twitter'ın ikisine de üye olduğunu ifade etmiştir. Bu doğrultuda, 145 öğrenciden 131 öğrenci Facebook kullanıcısıdır. 10 öğrenci ise hiçbir sosyal paylaşım ağını kullanmadığını ifade etmiştir.

Meslek Lisesine devam eden 100 öğrenciden 56'sı Facebook'a, 2'si Twitter'a, 1'i Yonja'ya, 1'i LinkedIn'e, 6'sı ise Facebook ve Twitter'ın ikisine de üye olduğunu ifade etmiştir. 34 öğrenci ise hiçbir sosyal paylaşım ağını kullanmadığını belirtmiştir. Bu kapsamda, 100 öğrenciden 62'sinin Facebook kullanıcısı olduğu görülmektedir.

Bununla birlikte, katılımcılar arasında bir sosyal paylaşım ağına üye olmayanların oranının en fazla (% 34) Meslek Lisesi öğrencileri arasında olduğu görülmektedir.

Genel toplama bakıldığında araştırmaya katılım gösteren 512 öğrenciden 419'unun Facebook kullandığı ortaya çıkmıştır. Bu durum Facebook'un Ortaöğretim öğrencileri arasında çok yaygın olarak kullanıldığını göstermektedir. İkinci sırada 99 öğrencinin kullandığı Twitter bulunmaktadır. Yonja ve LinkedIn gibi sosyal paylaşım ağlarını kullandıklarını ifade eden öğrenciler toplamda 4'tür. Bu dağılım, katılımcılar açısından -hangi tür okulda okursa okusun- Facebook'un kullanım yaygınlığını göstermektedir. Twitter da katılımcılar arasında kullanılmaktadır. Ancak en azından şimdilik Facebook'la boy ölçüşmemektedir. Diğer sosyal paylaşım ağları ise bu araştırmaya katılan katılımcılar tarafından neredeyse hiç kullanılmamaktadır.

Çizelge 11. Katılımcıların cinsiyetleri ile üye oldukları sosyal paylaşım ağları arasındaki ilişki

Cinsiyetiniz?	Aşağıda yer alan sosyal paylaşım ağlarından hangisine/hangilerine üyesiniz?						Toplam
	Boş	Facebook	Twitter	Yonja	LinkedIn	Facebook & Twitter	
Kız	66	189	8	1	1	45	310
Erkek	12	142	4	1	1	42	202
Toplam	78	331	12	2	2	87	512

Katılımcıların cinsiyetleri ile üye oldukları sosyal paylaşım ağları arasındaki ilişki değerlendirildiğinde 310 kız öğrenciden 189'u Facebook'a, 8'i Twitter'a, 1'i Yonja'ya, 1'i LinkedIn'e, 45'i Facebook ve Twitter'ın ikisine de üye olduğunu ifade etmiştir. Bu durumda 310 öğrenciden 234'ü Facebook kullanıcısıdır. 66 kız öğrenci ise hiçbir sosyal paylaşım ağını kullanmadığını ifade etmiştir.

202 erkek öğrenciden 142'si Facebook'a, 4'ü Twitter'a, 1'i Yonja'ya, 1'i LinkedIn'e, 42'si ise Facebook ve Twitter'ın ikisine de üye olduğunu ifade etmiştir. Bu durumda 202 öğrenciden 184'ü Facebook kullanıcısıdır. 12 öğrenci ise hiçbir sosyal paylaşım ağını kullanmadığını ifade etmiştir.

Yukarıda yer alan veriler değerlendirildiğinde katılımcılar arasında yer alan gerek kız öğrencilerin gerekse erkek öğrencilerin en yaygın olarak kullandığı sosyal paylaşım ağının Facebook olduğu açıkça görülmektedir. İkinci sırayı kız öğrencilerde 53 kişiyle, erkek öğrencilerde 46 kişiyle Twitter almaktadır. Diğer sosyal paylaşım ağları her iki cinsiyette de sadece birer kişiyle temsil edilmektedir.

Bu noktada, dikkat çeken bir diğer husus da katılımcılardan kız öğrencilerin % 21,2'si hiçbir sosyal ağa üye olmazken bu oranın erkek öğrencilerde % 5,9 olmasıdır. Bu durumda katılımcılar arasında yer alan erkek öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kız öğrencilere göre daha çok kullandığını söylemek mümkündür.

Çizelge 12. Katılımcıların internet erişimleri ile üye oldukları sosyal paylaşım ağı arasındaki ilişki

		Cevabınız evet ise aşağıda yer alan sosyal paylaşım ağlarından hangisine/hangilerine üyesiniz?						Toplam
		Boş	Facebook	Twitter	Yonja	Linkedn	Facebook & Twitter	
Kendinize ait internet bağlantılı cihazınız var mı?	Var	16	184	7	1	0	71	279
	Yok	62	147	5	1	2	16	233
Toplam		78	331	12	2	2	87	512

Araştırmaya katılan 512 ortaöğretim öğrencisinden kendisine ait internet erişimli bir cihazı olan 279 kişinin 255'i Facebook kullanmaktadır. Kendisine ait internet erişimli bir cihazı olmayan 233 öğrencinin 163'ü Facebook kullanmaktadır. 16 öğrenci, kendisine ait internet erişimli bir cihazı olmasına rağmen herhangi bir sosyal paylaşım ağına üye olmazken; kendisine ait internet erişimli bir cihazı olmayan 62 öğrenci herhangi bir sosyal paylaşım ağına üye değildir.

Bu durum katılımcıların, kendisine ait internet erişimli bir cihazı olsun ya da olmasın, çoğunluğunun Facebook kullandığını göstermektedir. Ancak yine de kendisine ait internet erişimli bir cihazı olan katılımcıların Facebook kullanma oranlarının daha yüksek olması, internet erişimli bir cihaza sahip olmanın Facebook kullanımını arttırdığının göstergesi olduğu düşünülmektedir.

Çizelge 13. Katılımcıların internet erişimleri ile internet kullanma sıklıkları arasındaki ilişki

		İnternet Kullanma sıklığınız?			Toplam
		Günde 1 saatten az	Günde 1 - 3 saat arası	Günde 3 saatten fazla	
Kendinize ait internet bağlantılı bilgisayarınız var mı?	Var	110	124	45	279
	Yok	173	47	13	233
Toplam		283	171	58	512

Araştırmaya katılan 512 ortaöğretim öğrencisinden kendisine ait internet erişimli bir cihazı olan 279 kişiden 110'u internet kullanma sıklığını günde bir saatten az, 124'ü bir ila üç saat arasında, 45'i ise günde üç saatten fazla olarak belirtmiştir.

Kendisine ait internet erişimli bir cihazı olmayan 233 katılımcıdan 173'ü internet kullanma sıklığını günde bir saatten az, 47'si bir ila üç saat arasında, 13'ü ise günde üç saatten fazla olarak ifade etmiştir.

Çizelge 14. Facebook üyeliği ile facebook'u tehlikeli bulma arasındaki ilişki

Facebook'a üye misiniz?	Facebook tehlikeli bir sitedir.					Toplam
	Tamamen katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Kararsız	Kısmen Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum	
Evet	85	72	121	56	100	434
Hayır	27	9	26	4	12	78
Toplam	112	81	147	60	112	512

Araştırmaya katılan ve Facebook üyesi olan 434 katılımcıdan 157'si (Yaklaşık % 36,2'si) Facebook'un tehlikeli bir site olduğunu düşünmektedir. 121 katılımcı bu konuda kararsızken 156 (Yaklaşık % 36) katılımcı bu fikre katılmadığını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılan ve Facebook üyesi olmayan 78 katılımcıdan 36'sı (% 46,2'si) Facebook'un tehlikeli bir site olduğunu düşünmektedir. 26 katılımcı bu konuda kararsızken 16 (Yaklaşık %20 ,5) katılımcı bu fikre katılmadığını ifade etmiştir.

Facebook'a üye olmayan ve Facebook'un tehlikeli bir site olduğunu düşünen katılımcıların oranının % 46,2 olması anlamlıdır. Katılımcıların Facebook'u tehlikeli buldukları için üye olmaktan çekindiklerini düşündürmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Yapılan pek çok araştırma, bu çalışmada da olduğu gibi gençlerin interneti ve sosyal paylaşım ağlarını çok yoğun olarak kullandıklarını ortaya koymaktadır.

Çalışmada, ortaöğretim öğrencilerinin genelde internet ve sosyal paylaşım ağları; özelde ise Facebook ile olan ilişkileri incelenmiştir. Ortaöğretim kurumlarından tesadüfen seçilen ve farklı tür (Anadolu Lisesi, Meslek Lisesi, Özel Lise) okullara devam eden öğrencilerin %84,8'i İnternet kullanıcısı olduklarını ifade etmişlerdir. İnternet kullanan bu grubun yaklaşık %82'si de Facebook kullanıcısı olduğunu belirtmiştir. İkinci sırada yer alan Twitter da dâhil olmak üzere diğer sosyal ağların kullanım oranları Facebook'la kıyaslanamayacak boyuttadır.

Araştırmada, Facebook kullanan katılımcıların %58,2'si Facebook'u arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla, %9,4'ü eski arkadaşlarını bulmak amacıyla kullandıklarını ifade etmişlerdir. "Oyun oynamak", "arkadaşlarının ne yaptığını görmek", "arkadaşlarının neler yaptığını görmesini sağlamak" birer amaç olarak ifade edilmiştir. Ama çoğunluğun Facebook'u arkadaşları ile iletişim kurmak amacıyla kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan ve büyük bir çoğunluğu Facebook kullanıcısı olan ortaöğretim öğrencilerinin %66'sı Facebook profillerinin gerçek kimliklerini yansıttığını ifade etmiştir. %18,8'i profillerinin gerçek kimlikleriyle yarı yarıya örtüştüğünü belirtirken, sadece %3'lük bir kısmı gerçek kimlikleriyle Facebook'ta inşa ettikleri sanal kimliğin birbirleriyle uyumunu ifade etmişlerdir.

Bu sonuçlar ortaöğretim öğrencilerinin büyük çoğunluğunun Facebook'ta inşa ettikleri kimliğin gerçek yaşamdaki kimliklerine paralel olarak geliştiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, yukarıda da söz edildiği gibi Facebook'un gerçek yaşamdaki ilişkilerin sanal uzamdaki devamı olarak kullanılmasının sonucudur. Bir diğer önemli husus ise ortaöğretim öğrencileri henüz yaş itibarıyla, insan hayatında kimlik gelişiminin ilk ve en önemli safhası olan ergenlik döneminde olduklarıdır. Yani, bu çocuklar zaten gerçek yaşamda bir kimlik oluşturmaya çalışmakta, bu kimliği de ailelerine, arkadaşlarına, dünyaya hatta belki de en çok kendilerine kabul ettirmeye çalışmaktadır. Bu nedenle sanal uzamdaki varlıklarının gerçek yaşamdaki varlıklarının bir devamı olması şaşırtıcı değildir. Ancak bu noktada, diğer yaş gruplarındaki kullanıcıların yaklaşımlarını da göz önünde bulundurarak çözümlene yapmanın daha sağlıklı sonuçlar ortaya koyacağı değerlendirilmektedir.

Araştırmaya katılan ortaöğretim öğrencilerinin %66 gibi bir çoğunluğu Facebook profillerinin gerçek kimliklerini yansıttığını ifade etmelerine rağmen büyük çoğunluğu Facebook kullanan

diğer kişilerin profillerinin gerçeği tam olarak yansıtmadığını belirtmektedir. Katılımcıların %48,4'ü diğer kullanıcıların profillerinin yarı yarıya doğru olduğunu düşünmektedir. %26,7'si ise diğer kullanıcıların profillerinin gerçek kimliklerini yansıtmadığını belirtmiştir. Bu durum, katılımcıların sosyal ağlarda çoğunlukla gerçekten tanıdıkları insanlarla iletişimde olmalarına rağmen onların sanal uzamdaki temsillerini inandırıcı bulmadıklarına işaret etmektedir. Bunun nedeninin, Goffmann'ın(2009) ifade ettiği benlik temsili durumunun olduğu söylenebilir. Çünkü, katılımcıların, diğer kullanıcıların sosyal ağlardaki profillerinde bir çeşit performans sergilediklerini düşündükleri için bu şekilde bir düşünce geliştirmiş olmaları mümkündür. Öte yandan kendi benliklerinin sanal uzamdaki temsilleri için aynı şeyi düşünmemeleri de pek çok nedene bağlı olabilmekle birlikte dikkat çekicidir.

Bu araştırmaya katılan ortaöğretim öğrencilerinin %55,7'si Facebook'un okul başarılarını olumsuz etkilediğini ifade ederken %23,3'ü olumlu etkisi olduğunu ifade etmiştir

Araştırmanın ilk hipotezi olan "Ortaöğretim öğrencileri İnternet ve sosyal ağları yoğun olarak kullanmaktadır." doğrulanmıştır. Araştırmaya katılan ortaöğretim öğrencilerinin tümü (%100'ü) internet kullanmaktadır. Bu öğrencilerin %84,8'i sosyal ağlara üyedir. Bu sonuçlar, araştırmanın ilk hipotezini doğrulamanın yanında alanda yapılan diğer araştırmalarla da örtüşmektedir.

Araştırmanın ikinci hipotezi olan "Ortaöğretim öğrencileri sosyal ağlar içinde en çok Facebook'u kullanmaktadır." doğrulanmıştır. Herhangi bir sosyal ağa üye olduğunu ifade eden öğrencilerin %96,2'si Facebook kullanıcısı olduğunu belirtmiştir. bu sonuç alandaki diğer çalışmalarla uyumudur.

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan "Ortaöğretim öğrencilerinin Facebook kullanmalarındaki temel amaç iletişim kurmaktır." hipotezi doğrulanmıştır. Araştırmaya katılım gösteren ortaöğretim öğrencilerinin %58,2'si Facebook'u arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. Bu sonuç, Facebook'un kullanıcılarını asosyalleştirdiği görüşünün karşısında yer almıştır.

Araştırmanın son hipotezi olan "Ortaöğretim öğrencilerinin Facebook üzerinde inşa ettikleri kimlik gerçek kimliklerini yansıtmaktadır." doğrulanmıştır. Katılımcıların %66'sı Facebook profillerinin gerçek yaşamdaki kimliklerini yansıttığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun Facebook profillerinde yer alan arkadaşlarının gerçek yaşamda tanıdıkları kişiler olması, bu sonuçları desteklemektedir. Yapılan araştırmalar da Facebook'un çoğunlukla gerçek yaşamdaki ilişkilerin sanal uzamdaki devamı için kullanıldığına işaret etmektedir.

Araştırma evrenini oluşturan ortaöğretim öğrencilerinin de çoğunluğu Facebook'u gözetlemek ve gözetlenmek ihtiyacının ötesinde iletişim kurmak için kullanmaktadır. Bu nedenle çoğunluğunun profili gerçek yaşamdaki kimliği ile uyumludur.

Facebook'un özellikle gençler üstündeki olumsuz etkilerine dair pek çok şey söylene de gerek bu araştırma gerekse alanda yapılan diğer araştırmalar göstermektedir ki ortaöğretim öğrencilerinin Facebook'a yaklaşımı olumludur.

Bu nedenle artık günümüz dünyasının bir getirisi olarak gençliğin hayatında büyük bir yer edinen Facebook'un bilinçli kullanımını teşvik etmenin, sanal uzamda kurulan ve/veya devam ettirilen sosyal ilişkileri daha sağlıklı bir hâle getireceği ve gençleri olası tehlikelerden koruyacağı değerlendirilmektedir.

Kaynaklar

- Alemdar, K., Erdoğan, İ. (2002). Öteki kuram, Erk Yayınları: Ankara
- Altay, D. (2003). Küresel köyün medyatik mimarı: Marshall McLuhan, Su Yayınları: İstanbul
- Aydoğan, F. Akyüz, A. (2010). İkinci medya çağında internet, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Ellison, N., Steinfeld, C., and Lampe, C. (2006). Spatially bounded online social networks and social capital: the role of facebook. Annual Conference of The International Communication Association (Ica), June 19-23, Dresden, Germany.
- Goffman, E. (2009), *Günlük yaşamda benliğin sunumu*, (Çev: Barış Çezar), İstanbul: Metis Yayınları.
- Golder, S. A., Wilkinson, D. M. and Huberman, B. A. (2007). Rhythms of social interaction: messaging within a massive online network. Third Communities and Technologies Conference, Michigan State University, Usa (Proceeding), 41-66.
- Göker, G., Doğan, A. (2011). Ağ toplumunda örgütlenme: Facebook'ta çevrimiçi tekel eylemi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(25), 175-203.
- Güngör, N.(2013). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gürcan, N. (2010). Ergenlerin problemleri internet kullanımları ile uyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Habermas, J. (2012). *Kamusal alanın yapısal dönüşümü*. (Çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar), İletişim Yayınları: İstanbul.
- Kahyaoglu, M. (2012). Ortaöğretim ve yükseköğretim öğrencilerinin internet kullanımına yönelik tutumlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Nwsa: Education Sciences*, 7(3), 869-876.
- Mattelart, A. (2004). *Bilgi toplumunun tarihi*, İletişim Yayınları: İstanbul.
- Mazer, J. P., Murphy, R.E., & Simonds, C. J. (2007). I'll see you on facebook: The effects of computer-mediated teacher disclosure on student motivation, affective learning and classroom climate. *Communication Education*, 56(1), 1-17.
- Mutlu, E. (2008). *İletişim sözlüğü* (5. Basım), Ayraç Yayınları: Ankara.
- Şener, G. (2009). Türkiye'de facebook kullanımı araştırması. XIV. Türkiye'de İnternet Konferansında sunuldu, December 12-13.
- Şenol, F. T. (2014). Sosyal medyadaki ahlaki panik tepkisi: Facebook'taki "TC" örgütlenmesi, *Global Media Journal, Turkish Edition*, 4(8).
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*, Dost Kitabevi Yayınları: Ankara.
- Toffler, A. (1974). *Şok-gelecek korkusu*. Çev: Selami Sargut, Altın Kitaplar 23: İstanbul.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül E., Binark M., Börekçi S., Çomu, T. (2009). Toplumsal paylaşım ağı facebook: "görülüyorum öyleyse varım", *Kalkedon Yayınları: İstanbul*.

Törenli, N. (2004). Enformasyon toplumu ve küreselleşme sürecinde Türkiye, Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.

Vural, Z. B. A., Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma social media as a new communication environment: A research on Ege University Faculty of Communication. Journal of Yasar University, 20(5), 3348-3382.

http://Mevzuat.Meb.Gov.Tr/Html/Temkanun_0/Temelkanun_0.Html Erişim Tarihi: 14.10.2015

<http://Sgb.Meb.Gov.Tr/Www/Mill-Egitim-İstatistikleri-Orgun-Egitim-2014-2015/İcerik/153>. Erişim Tarihi: 07.12.2015.