

SOSYAL MEDYA KULLANAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SİBER İNSANİ DEĞERLER DÜZEYLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹



Kafkas Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi
KAÜİBFD
Cilt, 13, Sayı 25, 2022
ISSN: 1309 – 4289
E – ISSN: 2149-9136

Makale Gönderim Tarihi: 20.02.2022 Yayına Kabul Tarihi: 25.04.2022

Onur DOĞAN
Öğr. Gör.
Aksaray Üniversitesi
Ortaköy MYO,
Aksaray, Türkiye
onurdogan@aksaray.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-8109-4728

Derya KUTLU
Dr. Öğretim Üyesi
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Zara Veysel Dursun Uygulamalı
Bilimler Yüksekokulu,
Sivas, Türkiye
dutebay@cumhuriyet.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-2258-9250

Zeliha SEÇKİN
Prof. Dr.
Aksaray Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Aksaray, Türkiye
seckinz@aksaray.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-0603-3236

ÖZ | Bu çalışmanın amacı, sosyal medya kullanıcıları olan üniversite öğrencilerinin siber insani değerler bağlamında saygılı, doğru ve dürüst davranma, hoşgörülü, barışçıl ve dayanışma içinde olma olarak tanımlanan değerler bakımından incelenmesidir. Nicel araştırma yöntemine göre tasarlanan bu çalışmada tarama deseni kullanılmıştır. Araştırmanın evren ve örneklemini 2021-2022 eğitim-öğretim yılında Aksaray Üniversitesi İİBF ile Ortaköy MYO'da öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Toplanan verilerin analizinde non-parametrik testlerden faydalanılmıştır. Araştırma verileri ile yapılan analizler sonucunda; üniversite öğrencilerinin Siber İnsani Değer (SİD) puan ortalamaları dikkate alındığında, katılımcıların tutum ve davranışlarının insani değer merkezli olduğu, kadın ve erkek öğrencilerin sosyal medya mecrasında insani değerler bakımından benzer hassasiyete sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin sosyal medya bağımlısı oldukları, sosyal medyada insani ve etik değerlerle bağdaşmayan paylaşımların yaygınlığına karşın, siber insani değerler konusunda oldukça hassas oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin cinsiyet, yaş, öğrenim gördükleri birim ve sınıf düzeyi değişkenlerine göre siber insani değer puan dağılımları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, insani değerler, dijital dönüşüm

JEL Kodları: M15, M53, O3

Alan: Yönetim bilişim sistemleri

Türü: Araştırma

DOI: 10.36543/kauibfd.2022.022

Atıfta bulunmak için: Doğan, O., Kutlu, D., & Seçkin, Z. (2022). Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin siber insani değerler düzeyleri üzerine bir araştırma. *KAÜİBFD*, 13(25), 524-548.

¹ İlgili çalışmanın etik kurallara uygunluğu beyan edilmiştir.

A RESEARCH ON CYBER HUMAN VALUES LEVELS OF UNIVERSITY STUDENTS USING SOCIAL MEDIA



Kafkas University
Economics and Administrative
Sciences Faculty
KAUJEASF
Vol. 13, Issue 25, 2022
ISSN: 1309 – 4289
E – ISSN: 2149-9136

Article Submission Date: 20.02.2022

Accepted Date: 25.04.2022

Onur DOĞAN

Lecturer

Aksaray University

Ortaköy Vocational School,

Aksaray, Turkey

onurdogan@aksaray.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-8109-4728

Derya KUTLU

Asst. Prof. Dr.

Sivas Cumhuriyet University

Zara Veysel Dursun School of

Applied Sciences,

Sivas, Turkey

dutebay@cumhuriyet.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2258-9250

Zeliha SEÇKİN

Prof. Dr.

Aksaray University

Faculty of Economics and

Administrative Sciences,

Aksaray, Turkey

seckinz@aksaray.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-0603-3236

ABSTRACT

The main purpose of this study is to examine university students who are social media users in terms of values defined as respectful, correct, and honest behavior, tolerant, peaceful, and solidarity in the context of cyber humanitarian values. A scanning design was used in this study, which was designed according to the quantitative research method. The universe and sample of the research consist of students studying at Aksaray University Faculty of Economics and Administrative Sciences and Ortaköy Vocational School in the 2021-2022 academic year. Non-parametric tests were used in the analysis of the collected data. As a result of the analyzes made with the research data; When the Cyber Human Value (SID) mean scores of university students are taken into account, it has been determined that the attitudes and behaviors of the participants are based on human values, and that male and female students have similar sensitivity in terms of human values in social media. In addition, it has been determined that students are addicted to social media, and despite the prevalence of social media posts that are incompatible with humanitarian and ethical values, they are very sensitive about cyber-human values. It has been determined that there is no significant difference between the cyber-human value point distributions of the students according to the variables of gender, age, unit of education, and grade level.

Keywords: Social media, human values, digital transformation

JEL Codes: M15, M53, O3

Scope: Management information systems

Type: Research

1. GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler çerçevesinde teknoloji kullanımı her geçen gün artmakta ve yaşamın tüm süreçlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Genelde teknoloji, özelde ise internet, “her an her yerde olma” özelliği ile yaşamı ve mevcut paradigmaları kökten değiştirmiştir. Bu değişimi 2021 yılının sayısal verileri ile açıklamak gerekirse (SETAV, 2021); aktif internet kullanan kişi sayısı 4,66 milyar, cep telefonu kullanan kişi sayısı 5,20 milyar, her 10 kişiden internet için akıllı telefon kullanan kişi sayısı 9, sosyal medya kullanıcı sayısı 4,14 milyar ve son bir yılda ilk defa sosyal medyayı kullanan kişi sayısının da 450 milyondan fazla olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, sosyal medyanın yıllık %12 büyüdüğü ve kullanıcıların büyük çoğunluğunun akıllı telefona sahip olduğu da genel kabul görmektedir. Dünya ortalaması olarak insanlar günün yedi saatini internette dolaşarak geçirmektedirler. Sosyal medyanın kullanıcılar için gerçek yaşamın izdüşümünü temsil eden bir değere ulaşması, kullanıcılara yeni deneyimlerin kapısını da aralamıştır. Özellikle Z kuşağı diye adlandırılan mevcut üniversite öğrencilerinin tamamına yakını sosyal medya kullanıcısı olarak bu deneyimin öznel rolünü ifa etmektedirler.

Web 2.0 teknolojisi, internetin yapısını daha katılımcı ve paylaşımcı, internet kullanıcılarını ise daha aktif, küresel ve etkileşimli hale getirmiştir. Özellikle oluşturulan sanal platformlar aracılığıyla bir araya gelen sosyal medya kullanıcıları kendi fikir ve deneyimlerini diğer kullanıcılarla paylaşarak hem düşünsel hem de sosyal etkileşim kurmaktadır. Web 2.0 teknolojisinin gelişmesi, sosyal mecraların yaygın hale gelmesine öncülük ederek insanların bu ortamlarda kullanılmak üzere yeni kimlik ve roller edindiği bir ortam yaratılmasına aracılık etmiştir (Gedik, 2020). Kullanılan bu kimliklerin gerçek hayatta sahip olunan kimlikler ile ortam ve iletişim biçimine bağlı olarak, değişime uğraması da olasıdır. Özünün “doğru insan olma” temeline dayandığı insani değerler kavramı, internet teknolojisinin gelişim ve değişimine bağlı olarak farklı bir boyuta evrilmiştir. İnternet imkânının yaygınlaşmasına paralel olarak vakitlerinin büyük bir kısmını dijital ortamda geçiren bireyler için insani değerler konusunun daha önemli hale geldiğini söylemek mümkündür. Ancak bu ortamda internetin kimlikleri gizleyebilme imkânı sunması, bireylerin gerçek kimliklerinden farklı bir kimlikle davranış ve tutum sergilemelerine zemin hazırlamaktadır (Siber İnsani Değerler, 2015). Bu durumun sanal ortamdaki insani değerler odaklı davranışları nasıl etkilediği veya insani değerlerin sanal ortamda geçerliliğini sürdürüp sürdüremeyeceği konuları genel bir problem olarak varlık göstermektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal medya kullanıcısı olan üniversite öğrencilerine ait siber davranışların doğruluk ve dürüstlük, saygı, barışçıl olma, hoşgörü ve dayanışma olmak üzere siber insani değerler olarak tanımlanan değerler açısından incelenmesidir.

2. TEORİK ARKA PLAN

Teknolojik gelişmeler ve internet hayatın her alanında yaygın olarak yer almaktadır. Özellikle internetin yaygınlaşması ve dijitalleşme insanlar arasındaki iletişimin şeklini değiştirerek yeni bir etkileşim süreci ortaya çıkarmıştır. Sosyal medyanın dinamik yapısı insanlar arasındaki iletişimde insani değerlerin nasıl olması gerektiği ile ilgili bilimsel bir tartışma alanı ortaya çıkarmıştır. Çalışmanın bu bölümünde dijitalleşme, sosyal medya, siber insani değerler kavram ve içerik yönünden literatüre dayalı olarak ele alınmaktadır.

2.1. Dijitalleşme ve Sosyal Medya

Toplumların ve bireylerin yaşamını hızlandıran, değiştiren ve kolaylaştıran-zorlaştıran teknolojik gelişmelerin en önemli çıktılarında biri dijitalleşmedir (Olçay, 2018). Bu bağlamda dijitalleşme, hem toplum hem de birey ilişkili her şeyi değiştiren en önemli teknolojik eğilim olarak tanımlanabilir (Reis vd., 2020). Türk Dil Kurumu Sözlüğünde dijital kelimesi, “sayısal” olarak tanımlanırken dijitalleşme kavramı ise “sayısallaştırma” olarak karşılık bulmuştur (TDK, 2021). Dijitalleşme, sosyal hayatın tüm alanının dijital temelli iletişim ile medya altyapıları etrafında kökten bir değişimle yeniden yapılandırılması olarak düşünüldüğünde (Brennen & Kreiss, 2016) birey ve toplumsal alanda egemenliğini derinleştirdiği anlaşılmaktadır. Teknolojinin itici gücü, iletişim etkinliğini dijitalleşmenin eşliğinde yeniden yapılandırmış (Binark, 2019) internet bağlantısının varlığı ile bireyin aktifliği yeni bir içerik ve anlam kazanmıştır. Rushkoff (2010)’un ifadesi ile bu durum çevrimiçi (online) olmayı (always on) içermektedir. Dijital çağ; zamansal, mekânsal, seçimsel, karmaşıklık, boyutsal, kimlik, sosyallik, gerçeksele ve açıklık çerçevesinde amaç özelliği ile bireyleri hem programlamakta hem de bireyler programlanmaktadır (Rushkoff, 2010; Yengin, 2014; Olçay, 2018). Bu durum sosyal medyanın birey ve toplum üzerinde yarattığı etkinin boyutunu göstermesi açısından önemli ve dikkat çekicidir. Fuchs (2014)’ın Allen (2012) ve Scholz (2008)’dan aktardığına göre, sosyal medya uygulamasının kökeni 2005’ten öncesine dayanmaktadır ve 1997 yılında Andrew Weinreich tarafından kurulan SixDegrees.com sitesi sanal profil oluşturma ve yeni arkadaşlıklar kurarak etkileşime geçme konusunda ilk örnek olması bakımından önemlidir. 2004 yılında kurulan Facebook sitesi halen yoğun bir kullanıcı kitlesine sahiptir ve güncelliğini korumaktadır. İki yıl aradan sonra 2006 yılında kurulan Twitter’in ardından 2009’da WhatsApp uygulaması

özellikle akıllı telefonlarda yaygın kullanımı ile dikkat çekmektedir. 2010 yılında kullanıcıların hizmetine sunulan Instagram ise genelde gençlerin çok kullandığı bir platform olma özelliği ile güncelliğini korumaktadır. 2011 yılında kurulan Snapchat ise kısa bir süre içinde silinmek üzere oluşturulmuş anlık fotoğraf ve video paylaşımına izin veren bir uygulama olarak sosyal medya alanında kendine ciddi bir yer edinmiştir (Boyd, 2008; Safko & Brake, 2009; akt. Gök, 2019). Miller vd. (2016)'nin sosyal medya uygulamalarının sayısının artacağı ve yeni-güncel özellikler ile kullanıcılara hizmet edeceği yönündeki beklentileri, bu gelişmelerin devam edeceğinin işaretçisi olması bakımından önemlidir.

Sanal medya ve dijital medya diye ifade edilen sosyal medyanın temel unsuru iletişimdir ve bu özelliği ile sosyal medya bireysel iletişimden çok toplumsal iletişime daha yakın durmaktadır. Bu da sosyal medyanın farklı düşüncelerin bir araya gelmesine uygun bir ortam sağlamasına neden olmaktadır. Microsoft'un kişisel bilgisayarları yaygınlaştırma stratejisi de bu ortama daha fazla kişinin bağlanarak etkileşim içerisinde olmasını sağlaması bakımından önemlidir (Güzel, 2020; Kaban Kadioğlu, 2019). Yeni dijital medya, sadece yeni bir dil oluşturmakla kalmamış her şeyi görünür kılmamanın yanı sıra kontrol ve denetimi kolaylaştırmış, bireylerin zihinlerini değiştirmeye aracılık ederek tek merkezli bir kültür üretmenin de temel belirleyicisi olarak iletişim kapitalizminin kökleşmesini sağlamaya aracılık etmiştir (Yengin, 2014). Facebook sayfalarında 50 milyondan fazla kayıtlı işletmenin varlığı ve işletmelerin %88'inden fazlasının Twitter'ı pazarlama amaçlı kullanıyor olmaları, sosyal medyanın sadece bireysel ölçekte değil, işletmelerin faaliyetleri açısından da vazgeçilmez olduğunu göstermektedir (Lister, 2021).

2.2. Dijitalleşme ve İnsani Değerler

Dijitalleşme; insanları, toplumları ve tüm yaşamı etkisi altına almaya devam etmektedir (Özcan & Keskin, 2020). Dijitalleşmenin etkisiyle bireyin ya da toplumun değerleri derinden etkilenecek değişmektedir. İletişimin hızlandığı ve kolaylaştığı günümüzde birey ve toplumların insani, ahlaki, kültürel, toplumsal, ulusal, küresel değerlerinde hem olumlu hem de olumsuz yönde değişimlerin olduğu görülmektedir (Gencer & Aktan, 2021). Dijitalleşmenin en çok etkilediği alan iletişim olarak ön plana çıkmaktadır. Son yıllarda iletişimin en yeni modeli, sosyal medya olarak değerlendirilmektedir. İkinci binyılın sonunu ve üçüncünün başlangıcını karakterize eden tarih sayfalarının, teknolojik evrim nedeniyle derin ve hızlı dönüşümlere tanıklık ettiği anlaşılmaktadır. Teknoloji ve dijitalleşme toplumsal yaşamın her noktasına derinden nüfuz ederek birey ve toplumun yaşamı üzerindeki hâkimiyetini perçinlemektedir. Bu teknolojik ve dijital çevre insanları izlemenin, yönlendirmenin ve yardım etmenin ötesinde değerler bağlamında da dönüşüme zorlamaktadır (Sellen, Rogers,

Harper, & Rodden, 2009). Bu dönüşümün toplumun temel yapısını oluşturan değerleri olumlu yönde olduğu kadar olumsuz yönde de etkilediği kabul edilmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyanın bireyler arasında bilgi paylaşma, etkileşimli öğrenme, karşılıklı iletişime imkân tanıma, eğitime aracılık etme, bireylere ifade özgürlüğü tanıma, demokratikleşmeye aracılık etme ve küresel düzeyde kültürler arası iletişime zemin hazırlama olanaklarını sunması gibi olumlu etkilerinden söz edilebilir. Bu olumlu tarafına rağmen, literatürde sosyal medyanın olumsuz etkilerine de dikkat çekilmektedir. Küreselleşme ile birlikte ulusal kültürlerin erozyona uğraması, bireyin yakın çevresinden öğrendiği değerler ile bir bütün olarak medyadan öğrendiği/edindiği değerlerin çatışması, bireysel ve toplumsal sorumluluk algısının değişimi, mahremiyetin alenileşmesi, nefret duygusunu açık etmenin doğallaşması, aileye bağlılığın zayıflaması, dürüstlük değerinde bulanıklaşma, farklılıklara saygılı davranılmaması gibi gelişmeler olumsuz durumlara örnek olarak verilebilir (Elçi & Çatak, 2021). Dijitalleşmenin önemli sonuçlarından biri ve belki de en önemlisi, insan hayatının sosyal medyada teşhir edilmesi, bireylerin kişilik özelliklerinin açık edilerek kişisel verilerin sonsuza kadar internette (bireylerin rızası dışında) kolayca erişilebilir hale gelmesine imkân vermesidir. Galvão vd. (2021)'nin bu konudaki tespiti oldukça çarpıcıdır. Galvão vd. (2021)'nin belirttiği gibi, sosyal medya platformlarından ayrılabiliriz, ancak dijital benliğimiz orada kalmakta ve bu durum beraberinde “dijital ölümsüzlük kavramına hayat vermektedir.

Değerler hem toplumları birbirinden ayırma hem de toplumdaki bireyleri bir arada tutma özelliğine sahiptir ve başta teknoloji olmak üzere toplumsal yaşamda meydana gelen her türlü değişimden pay alarak değişime uğramaktadır (Alp & Levent, 2020; Sellen vd., 2009). Bu değişimin hızını ve boyutunu etkileyen çeşitli değişkenler vardır ve bunlardan teknoloji değişkeni etki alanı ile bu çağa damgasını vurmuştur. Bu bağlamda dijital dönüşüm neden olduğu ivme ile “temelinde iyi ve doğru birey olmanın yattığı insani değerleri (Siber İnsani Değerler, 2015) de derinden etkilemiştir. Bir başka ifade ile insana özgü ve insani ilgilendiren her şeyi yeniden şekillendirmede yegâne gücü tekelinde tutan bir olgu olarak yükselişini sürdürmektedir. Dijitalleşme özellikle temel ve genel insani değerlerin zayıflamasına hatta ikincil duruma gelmesine neden olmaktadır. Toplumların temeli olan değerlerin yozlaşması ve yitirilmesi nesillerin robotlaşması gibi bir sonuç üretmektedir. Sonuç olarak dijitalleşme ve teknolojinin birçok araçsal değer yaratırken insani değerleri olumsuz bir şekilde etkileme riskine sahip olması da söz konusudur (Tezcan, 2018).

Dijitalleşmenin değerler üzerindeki etkisi her geçen gün daha derinden hissedilmektedir. Özellikle küresel bir mekân olan sanal ortamda toplumlara ve kültürlere özgü temel değerlerin yerine evrensel siber insani değerlerin

geçmesinden bahsedilmektedir. Sevdiğini göstermenin, tavır koymanın, eleştirinin, birlik ve beraberliğin, çatışmanın ve boykot etmenin dijital mecra ve sanal ortamlarda yapıldığı ve sosyal medya araçlarının kitleleri provoke ettiği veya harekete geçirdiği bu günlerde temel insani değerleri dikkate alan davranışları sergilemek ve bu davranışları sürdürmek oldukça önemlidir (Kılıçer, Özeke, & Çoklar, 2018). Rösner, Winter & Krämer, (2016) sanal ortamları kötü niyetle kullanmanın; kabalık, nezaketsizlik, sözlü saldırı ve iftira gibi olumsuz durumlara neden olduğuna dikkat çekmektedirler. Sanal ortamların başında sosyal medya platformları gelmekte ve sosyal medya, mekân ve zaman sınırlaması olmadan, tartışmanın, paylaşmanın mobil tabanlı yapıldığı bir iletişim modeli olarak birey ve toplumların yaşamına yön vermede etkinliğini sürdürmektedir (Vural & Bat, 2010).

Dijital iletişim, her yaş ve nesilden özellikle de gençlerin ve çocukların daha fazla ilgi gösterdiği bir model haline dönüşmüştür. Sosyal medyanın, daha iyi iletişim, zamanında bilgi, çevrimiçi sosyalleşme, öğrenme, becerileri geliştirme, hızlı etkileşim gibi birçok olumlu etkisi söz konusu iken; kimlik hırsızlığı, siber zorbalık ve sosyal izolasyon gibi birçok olumsuz etkilerinin olduğu da bilinmektedir. Özellikle günümüzde sanal ortamda birey veya örgütlere karşı, tamamen zarar verme amaçlı, çevrimiçi yürütülen ve siber zorbalık olarak adlandırılan kavgalar, tehditler, sözlü tacizler, iftiralar gibi olumsuz davranışlara gençlerin sıkça maruz kaldığı görülmektedir (Karabağ, 2012).

Siber zorbalık kavramına karşılık olarak siber insani değerler ifade edilmektedir. Sosyal medya mecrasında siber insani değerleri dikkate alan davranışların sergilenmesinin siber zorbalığı ve bunun etkilerini hem bireysel hem de toplumsal olarak azaltacağı düşünülmektedir. Kılıçer vd., (2018) yaptıkları araştırmada insani değerler çatısı altında sanal dünyada siber insani değerlerin (siber ahlak, siber zorbalık, ağ kullanımında görgü kuralları (netiquette) ve davranışlar) olduğunu vurgulamışlardır. Özellikle üniversite öğrencilerinin gün içerisinde paylaşım ve etkileşim tercihlerinde en çok başvurduğu iletişim modelinin sosyal medya olduğu ifade edilmektedir. Sosyal medya kullanıcısı olan üniversite öğrencilerinin siber insani değerler düzeylerinin belirlenmesi toplum ve kültür açısından gerekli görülmektedir. Bu anlamda yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrencilerin neredeyse tamamının sosyal medya kullanıcısı olduğu göz önüne alındığında, öğrencilerin sanal ortamdaki insani değerlerinin araştırılmasının önemli olduğu söylenebilir. Literatür incelendiğinde (Alp ve Levent, 2020; Binark, 2016; Elçi ve Çatak, 2021; Gök, 2019; Kılıçer, Çoklar & Özeke, 2017; Sellen vd., 2019) üniversite öğrencilerinin siber insani değerlerinin araştırılmasına yönelik çalışmaların sınırlı

olmasından dolayı bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı varsayılmaktadır. Çalışmanın sonuçlarının yükseköğretim örgütlerinde karar alıcılara, ilgili alandaki akademisyenlere ve öğrencilere yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Bu araştırma ile Sosyal Medya Mecrasında Üniversite Öğrencilerinin Siber İnsani Değerler (SID) düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

3. YÖNTEM

Araştırma nicel araştırma yöntemine göre tasarlanmıştır. Araştırmada tarama deseni kullanılacaktır. Sosyal bilimlerde büyük gruplar üzerinde çalışma olanağı vermesi nedeniyle yaygın olarak kullanılan tarama çalışmaları, bağımsız değişken ya da ölçek faktörleri üzerinde araştırmacının manipülasyonuna izin vermemektedir. Bu çalışmalar geçmişte meydana gelmiş ya da halen varlığını sürdüren durumların olduğu gibi betimlemesini de sağlamaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2016). Tarama araştırmaları, zaman geçtikçe meydana gelen değişimler ile belirli bir durumun iç yüzünü ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Bilimsel araştırmalarda kullanılan tarama araştırmalarının sahip oldukları temel özellikleri şu şekilde ifade edilmiştir (Fraenkel, Wallen & Hyun, 2009; Mazlum & Atalay, 2017):

- Büyük bir grup ya da topluluğun kendine özgü özelliklerin (algı, yetenek, tutum, bilgi ve inanç) tanımlanması amacıyla araştırma verileri ilgili evrenin üyeleri arasından seçilen örneklemden toplanır.
- Araştırmanın verileri temel olarak örneklem olarak seçilen bireylerin kendilerine sorulan sorulara verilen cevaplardan elde edilir. Büyüköztürk vd. (2016) tarama araştırmalarının genellikle örneklemdeki katılımcıların demografik (yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik durum, eğitim seviyesi vb.) özellikleri ile araştırılan konuya ilişkin görüş, düşünce, algı ve tutumlar kendi başına ya da bazı faktörlerle ilişkilendirilerek betimlenir.

3.1. Araştırmanın Amacı, Hipotezi, Evren ve Çalışma Grubu

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal medya kullanıcısı olan üniversite öğrencilerine ait siber davranışların doğruluk ve dürüstlük, saygı, barışçıl olma, hoşgörü ve dayanışma olmak üzere siber insani değerler olarak tanımlanan değerler açısından incelenmesidir. Bu amaç çerçevesinde araştırmanın problemleri aşağıdaki gibidir:

1. Üniversite öğrencilerinin Siber İnsani Değerler düzeyleri nedir?
2. Üniversite öğrencilerinin Siber İnsani Değerler düzeyleri, demografik değişkenlere göre farklılaşmaktadır.

Bu araştırma 2021-2022 eğitim-öğretim yılında Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Ortaköy Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören 400 öğrenci üzerinde yürütülmüştür. Ankete katılan 400 öğrencinin 43'ü

anket sorularına tam ve düzenli cevap vermedikleri için analize dahil edilmeyerek 357 öğrencinin anket cevapları analiz edilmiştir.

3.2. Araştırmada Kullanılacak Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak Kılıçer vd., (2017) tarafından geliştirilen Siber İnsani Değerler Ölçeği (i-değer Ölçeği) kullanılmıştır. Ölçeğin kullanım izni ölçeği geliştiren araştırmacılara gönderilen mail yolu ile alınmıştır. 5 faktör ve 25 maddeden oluşturulan bu ölçek beşli Likert tipinde tasarlanmıştır. Geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılan ölçeğin Cronbach alpha iç tutarlık katsayısı .90, alt boyutlar açısından da .78, .71, .79, .82 ve .75 olarak bulunmuş ve ölçeğin Spearman Brown güvenilirlik katsayısının .88 olarak hesaplandığı görülmüştür. Ayrıca bu çalışmanın örneklemeden elde edilen verilere Lisrel 8.8 programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda test edilen modelin uyum iyiliği değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 1: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Uyum İndeksi	Hesaplanan Değer	Kritik Değer	Uyum
X ² / df	2,93<3	3'ten küçük olmalıdır	Uygun
RMSEA	0,08	0,08	Kabul Edilebilir
GFI	0,90	0,90	Kabul Edilebilir
NFI	0,90	0,90	Kabul Edilebilir
CFI	0,91	0,90	Kabul Edilebilir
IFI	0,91	0,90	Kabul Edilebilir
NNFI	0,90	0,90	Kabul Edilebilir
AGFI	0,86	0,85	Kabul Edilebilir

Tablo 1'de uyum iyilik değerlerinin kritik değerlerin üzerinde veya altında olduğu, bu sayede ölçeğin 5 ana faktörlü yapıyı doğru olarak ölçtüğü tespit edilmiştir.

Saygı, doğruluk-dürüstlük, hoşgörü, barışçıl olma ve dayanışma bu ölçeğin alt boyutlarını oluşturmaktadır. Örneklemedeki katılımcıların ölçekten aldığı puanlar arttıkça katılımcıların sosyal medya kullanırken insani değerleri daha çok dikkate aldığı ve bu konudaki yeterliliklerinin yüksek düzeyde olduğu, azaldıkça bu davranışlarının olumsuz ve düşük yeterlilikte olduğu şeklinde değerlendirilmektedir. Ayrıca araştırmada örnekleme ait demografik bilgileri toplamak amacıyla araştırmacılar tarafından oluşturulan kişisel bilgi formu kullanılmıştır.

3.3. Araştırmanın Etik İzinleri

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara

uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri:

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı = Aksaray Üniversitesi Rektörlüğü İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi=21.12.2021

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası= E-34183927-000-00000673647

3.4. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Elektronik ortamda toplanan veriler düzenlenerek SPSS 24 paket programı ile analiz edilmiştir. İlk olarak elde edilen verilerin normal dağılım özelliğine bakılmıştır. Verilerin analizinde betimsel analizler olarak ifade edilen “standart sapma, aritmetik ortalama, yüzde ve frekans” analizleri yapılmıştır. Daha sonra verilerin normal dağılım özelliği dikkate alınarak katılımcıların demografik bilgilerine göre siber insani değer düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını tespit etmek amacı non-parametrik testler olan “Mann-Whitney U ve Kruskal-wallis” testlerinden faydalanılmıştır.

Tablo 2: Örneklemdeki Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Demografik Özellik	Değişkenler	N	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	180	50,4
	Kadın	177	49,6
Öğrenim Gördüğü Birim Fakülte/MYO	İİBF	155	43,4
	MYO	202	56,6
Sınıf	1. Sınıf	104	29,1
	2. Sınıf	149	41,7
	3. Sınıf	45	12,6
	4. Sınıf	59	16,5
Yaş	(20'den Küçük)	166	46,5
	(20'den Büyük)	191	53,5
Toplam		357	100

Tablo 2’de görüldüğü üzere, örnekleme oluşturan 357 üniversite öğrencisinin 180’i (% 50.4) erkeklerden; 177’si (% 49.6) ise kadın öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 155’i (%43.4) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde; 202’si (%56.6) Meslek Yüksekokulu’nda öğrenim görmektedir. Bu öğrencilerin öğrenim gördüğü sınıf değişkenine göre dağılımında katılımcıların 104’ü (%29,1) 1. sınıf; 149’u (%41,7) 2. sınıf; 45’i (%12.6) 3. sınıf; 59’u (%16.5) 4. sınıf olduğu görülmektedir. Katılımcı öğrencilerin 166’sı (%46.5) 20 yaşın altında iken, 191’i (%53,5) ise 20 yaşın üstünde olarak örnekleme yansımıştır. Elde edilen demografik bilgilerden cinsiyet, okul türü ve yaşa göre dağılımın neredeyse birbirine yakın olacak şekilde temsil edildiği söylenebilir.

Tablo 3: Örneklemedeki Öğrencilerin En Çok Kullandığı Sosyal Medya Platformu Dağılımı

	N	Yüzde	
En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformu	Instagram	203	56,9
	WhatsApp	117	32,8
	Twitter	18	5,0
	Facebook	8	2,2
	Diğer	11	3,1
Toplam	357	100	

Tablo 3’deki veriler incelendiğinde katılımcı öğrencilerin 203’ünün (%56.9) en çok kullandığı sosyal medya platformunun Instagram olduğu görülmektedir. Instagramı sırasıyla 117 (%32.8) öğrenci ile WhatsApp; 18 (%5) öğrenci ile Twitter; 8 (%2,2) öğrenci ile Facebook ve 11 (%3.1) öğrenci ile diğer (Youtube, Tumblr, LinkedIn ve TikTok) platformlar izlemektedir.

Gönüllü olarak sosyal medyadan ne kadar süre uzak kalabilirsiniz? sorusuna verilen cevaplar doğrultusunda aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

Tablo 4: Gönüllü Olarak Sosyal Medyadan Ne Kadar Süre Uzak Kalabilirsiniz Sorusunun Cevaplarının Dağılımı

Zaman	N	Yüzde
1. Saat	41	11,5
6. saat	57	16,0
12 saat	39	10,9
24 saat	34	9,5
1 Hafta	12	3,4
1 ay	6	1,7
İstersem Kullanmam	168	47,1
Toplam	357	100

Araştırmanın katılımcıları “Gönüllü olarak sosyal medyadan ne kadar süre uzak kalabilirsiniz” sorusuna ilişkin “1 Saat, 6 saat, 12 saat, 24 saat, 1 Hafta, 1 ay, İstersem Kullanmam” seçeneklerinden hangisi uygunsa belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların neredeyse yarısı (168-%47.1) isterlerse sosyal medyayı kullanmaktan vazgeçebileceği yönünde görüş belirtmişlerdir. Diğer yandan katılımcılardan 41’inin (%11.5) sosyal medyayı gönüllü olarak en fazla 1 saat kullanmayacağını belirtmeleri sosyal medyaya bağımlılıklarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Katılımcılardan elde edilen verilerden (1 saat-6 saat-12 saat ve 24 saat) sosyal medya kullanımından gönüllü olarak vazgeçebileceğini ifade edenlerin toplamının 171 kişi (%37.9) olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal medyayı gönüllü olarak 1 hafta ve 1 ay kullanmam diyenlerin sayısı sırasıyla 12 (%3,4) ve 6 (%1,7) olarak tespit edilmiştir.

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi nicel veri analiz yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan bütün analizlerde anlamlılık düzeyi .05 olarak belirlenmiştir. Toplanan verilerin değerlendirilmesinde ilk olarak elde edilen puanların normal dağılım özelliği gösterip göstermediği ve grup varyanslarının homojen olup olmadığı test edilmiştir. 357 üniversite öğrencisine ait siber insani değerler ölçeği ortalama puanları için yapılan Kolmogorov-Smirnov normallik testine göre p değerinin 0,05 manidarlık düzeyinde anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu istatistiksel sonuç dikkate alındığında veri setinin normal dağılım özelliğine sahip olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durumda, verilerin basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) değerlerinin incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Katılımcılara ait siber insani değerler ortalama puanlarının basıklık (2,993) ve çarpıklık (-0,700) değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Tabachnick ve Fidell (2015), basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) değerlerinin -1.5 ile +1.5 arasında

olması durumunda veri setinin normal dağılım özelliği gösterdiği varsayımının kabul edilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu yüzden araştırmada elde edilen veri setinin normal dağılım göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda non-parametrik testler olan “Mann-Whitney U ve Kruskal-wallis” testlerinden faydalanılmıştır.

4.1. Araştırmaya Katılan Üniversite Öğrencilerinin Siber İnsani Değerler Düzeyleri

Araştırmanın örneklemini oluşturan üniversite öğrencilerinin Siber İnsani Değerler düzeylerinin toplam ve alt boyutlarına ait ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerleri Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 5: Üniversite Öğrencilerin Siber İnsani Değerler Düzeyleri

	N	X	SS	Minimum	Maksimum
Toplam İnsani Değerler	357	3,730	,545	1,00	5,00
Saygı	357	3,470	,655	1,00	5,00
Doğruluk-Dürüstlük	357	3,969	,675	1,00	5,00
Hoşgörü	357	3,624	,713	1,00	5,00
Dayanışma	357	4,015	,723	1,00	5,00
Barışçıl Olma	357	3,574	,778	1,00	5,00

Kılıçer vd. (2018) hazırlamış oldukları SİD ölçeğinde katılımcının ölçekten aldığı puanı yükseldikçe bireyin sosyal medyadaki insani değer merkezli tutum ve davranışlarının olumlu, düştükçe olumsuz olarak değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Yazarların ölçeğe dair belirlemiş oldukları aralık değerlerine göre; bireylerin ifadelerine katılma ortalaması 1.00-1.80 aralığında ise ilgili ifadeye kesin bir şekilde katılmadıkları, 1.81-2.60 aralığında ise ilgili ifadelerine katılmadıkları, 2.61- 3.4 aralığında ise ilgili ifadelerine kısmen katıldıkları, 3.41-4.20 aralığında ise ilgili ifadelerine katıldıkları ve 4.21-5.00 aralığında ise ilgili ifadelerine kesinlikle katıldıkları kabul edilmektedir. Tablo 5’teki bulgular değerlendirildiğinde;

- SİD toplam puan ortalaması dikkate alındığında katılımcıların “3,730” ortalama değer ile “Katılıyorum” şeklinde;
- SİD veri setinde **Saygı** boyutuna ait puan ortalaması dikkate alındığında katılımcıların “3,470” ortalama değer ile “Katılıyorum” şeklinde;
- SİD veri setinde **Doğruluk-Dürüstlük** boyutuna ait puan ortalaması dikkate alındığında katılımcıların “3,969” ortalama değer ile “Katılıyorum” şeklinde;
- SİD veri setinde **Hoşgörü** boyutuna ait puan ortalaması dikkate alındığında katılımcıların “3,624” ortalama değer ile “Katılıyorum” şeklinde;

- SİD veri setinde **Dayanışma** boyutuna ait puan ortalaması dikkate alındığında katılımcıların “4,015” ortalama değer ile “Katılıyorum” şeklinde;
- SİD veri setinde **Barışçıl Olma** boyutuna ait puan ortalaması dikkate alındığında katılımcıların “3,574” ortalama değer ile “Katılıyorum” şeklinde olduğu görülmektedir.

Yapılan analizler sonucunda ölçek tüm boyutları ile değerlendirildiğinde araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin sosyal medya mecrasında en güçlü tutumlarının 4,392 ortalama ile “Sosyal medyada başkaları hakkında asılsız/gerçek dışı bilgiler içeren paylaşımlarda bulunmam” ifadesi olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın en zayıf tutumları ise 2,821 ortalama ile “Sosyal medyada kullanıcıların yaptıkları tüm yorumlara değer veririm” ifadesi olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin genel ortalamaları dikkate alındığında, katılımcıların tutum ve davranışlarının insani değer merkezli olduğunu ifade etmek mümkündür.

4.2. Demografik Değişkenler Açısından Siber İnsani Değerler

4.2.1. Cinsiyet Değişkeni Açısından Siber İnsani Değerler

Tablo 6: Siber İnsani Değerler Ölçeğinden Cinsiyete Göre Alınan Puanlara Ait Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama	Sıra Ortalama	Sıra Toplamı	U	P
Saygı	Kadın	177	3,467	177,01	31331,50	15578,500	,717
	Erkek	180	3,474	180,95	32571,50		
Doğruluk-Dürüstlük	Kadın	177	4,032	185,55	32842,00	14771,000	,232
	Erkek	180	3,905	172,56	31061,00		
Hoşgörü	Kadın	177	3,687	187,46	33180,00	14433,000	,123
	Erkek	180	3,561	170,68	30723,00		
Dayanışma	Kadın	177	4,061	183,49	32477,00	15136,000	,413
	Erkek	180	3,969	174,59	31426,00		
Barışçıl Olma	Kadın	177	3,640	186,29	32972,50	14640,500	,184
	Erkek	180	3,510	171,84	30930,50		
Siber İnsani Değerler (TOPLAM)	Kadın	177	3,777	187,09	33114,50	14498,500	,142
	Erkek	180	3,684	171,05	30788,50		

Tablo 6’te görüldüğü üzere katılımcıların 177’si Kadın ve 180’i Erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Siber İnsani Değer puan dağılımları arasında hem alt boyutlarda (Saygı-Doğruluk/Dürüstlük-Hoşgörü-Dayanışma-Barışçıl Olma) hem de toplam (Siber İnsani Değerler) dağılımda anlamlı bir fark olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

4.2.2. Öğrenim Gördüğü Birim Değişkeni Açısından Siber İnsani Değerler

Tablo 7: Siber İnsani Değerler Ölçeğinden Öğrenim Gördüğü Birime Göre Alınan Puanlara Ait Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsi yet	N	Ortalama	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Saygı	İİBF	155	3,465	174,20	27001,0	14911,0	,439
	MYO	202	3,474	182,68	36902,0		
Doğruluk-Dürüstlük	İİBF	155	3,962	178,41	27653,5	15563,5	,924
	MYO	202	3,973	179,45	36249,5		
Hoşgörü	İİBF	155	3,631	182,79	28333,0	15067,0	,541
	MYO	202	3,617	176,09	35570,0		
Dayanışma	İİBF	155	3,989	175,40	27187,0	15097,0	,562
	MYO	202	4,033	181,76	36716,0		
Barışçıl Olma	İİBF	155	3,560	179,41	27808,0	15592,0	,948
	MYO	202	3,585	178,69	36095,0		
Siber İnsani Değerler (TOPLAM)	İİBF	155	3,721	177,57	27524,0	15434,0	,819
	MYO	202	3,736	180,09	36379,0		

Tablo 7’de görüldüğü üzere katılımcıların öğrenim gördüğü birim değişkenine göre siber insani değer puan dağılımları arasında hem alt boyutlarda (Saygı-Doğruluk/Dürüstlük-Hoşgörü-Dayanışma-Barışçıl Olma) hem de toplam (Siber İnsani Değerler) dağılımda anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin SİD aritmetik ortalamalarına bakıldığında da

hem İİBF hem de MYO öğrencilerinin ortalamalarının neredeyse tüm boyutlarda ve toplamda aynı çıkması dikkat çekicidir.

4.2.3. Yaş Değişkeni Açısından Siber İnsani Değerler

Tablo 8: Siber İnsani Değerler Ölçeğinden Yaşa Göre Alınan Puanlara Ait Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Saygı	20 Yaş Altı	166	3,447	176,76	29342,0	15481,00	0,700
	20 Yaş Üstü	191	3,491	180,95	34561,0		
					0		
Doğruluk-Dürüstlük	20 Yaş Altı	166	3,907	169,37	28116,0	14255,00	0,099
	20 Yaş Üstü	191	4,022	187,37	35787,0		
					0		
Hoşgörü	20 Yaş Altı	166	3,613	178,36	29607,0	15746,00	0,912
	20 Yaş Üstü	191	3,632	179,56	34296,0		
					0		
Dayanışma	20 Yaş Altı	166	3,978	172,58	28647,5	14786,50	0,271
	20 Yaş Üstü	191	4,046	184,58	35255,5		
					0		
Barışçıl Olma	20 Yaş Altı	166	3,512	170,46	28296,5	14435,50	0,143
	20 Yaş Üstü	191	3,628	186,42	35606,5		
					0		
Siber İnsani Değerler (TOPLAM)	20 Yaş Altı	166	3,691	173,41	28786,0	14925,00	0,340
	20 Yaş Üstü	191	3,764	183,86	35117,0		
					0		

Tablo 8’de görüldüğü üzere katılımcıların yaş grup değişkenine göre siber insani değer puan dağılımları arasında hem alt boyutlarda (Saygı-Doğruluk/Dürüstlük-Hoşgörü-Dayanışma-Barışçıl Olma) hem de toplam (Siber İnsani Değerler) dağılımda anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin SİD aritmetik ortalamalarına bakıldığında da hem 20 yaş altı hem de 20 yaş üstü öğrencilerin ortalama değerlerinin birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Fakat 20 yaş üstündeki öğrencilerin SİD ortalamalarının az da olsa 20 yaş altındaki öğrencilerden yüksek olduğu görülmektedir.

4.2.4. Sınıf Düzeyi Değişkeni Açısından Siber İnsani Değerler

Tablo 9: Siber İnsani Değerler Ölçeğinden Sınıf Düzeyine Göre Alınan Puanlara Ait Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Boyutlar	Sınıf Düzeyi	N	Ortalama	Sıra Ortalaması	X ²	D F	P
Saygı	1	104	3,446	181,23	2,066	3	,559
	2	149	3,514	185,70			
	3	45	3,426	166,94			
	4	59	3,437	167,35			
Doğruluk-Dürüstlük	1	104	3,898	169,22	1,450	3	,694
	2	149	3,998	182,13			
	3	45	4,004	180,86			
	4	59	3,989	186,93			
Hoşgörü	1	104	3,646	184,35	2,072	3	,558
	2	149	3,597	170,49			
	3	45	3,684	192,19			
	4	59	3,603	181,02			
Dayanışma	1	104	3,978	179,43	,273	3	,965
	2	149	4,025	176,98			
	3	45	3,991	176,94			
	4	59	4,067	184,91			
Barışçıl Olma	1	104	3,526	170,99	2,355	3	,502
	2	149	3,626	187,39			
	3	45	3,604	183,69			
	4	59	3,501	168,35			
Siber İnsani Değerler (TOPLAM)	1	104	3,699	177,13	,071	3	,995
	2	149	3,752	179,73			
	3	45	3,742	181,56			
	4	59	3,720	178,51			

Tablo 9'de görüldüğü üzere katılımcıların öğrenim gördüğü sınıf değişkenine göre Siber İnsani Değer puan dağılımları arasında hem alt boyutlarda (Saygı-Doğruluk/Dürüstlük-Hoşgörü-Dayanışma-Barışçıl Olma) hem de toplam (Siber İnsani Değerler) dağılımda anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin SİD aritmetik ortalamalarına bakıldığında tüm

sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin ortalama değerlerinin birbirine çok yakın olduğu anlaşılmaktadır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırma bulguları, örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin sosyal medya mecrasındaki tutum ve davranışlarına yol gösteren siber insani değerler düzeyinin genel olarak ortalamanın üstünde olduğunu göstermektedir. Bu sonuç Kılıçer vd. (2018), Kılınc & Gündüz (2017) ile Yıldız Durak & Saritepeci (2019)'nin yapmış oldukları çalışmaların sonuçları ile genel olarak örtüşmektedir. Fakat SİD ölçeğinin alt boyutları karşılaştırıldığında Kılıçer vd. (2018) ile Yıldız Durak & Saritepeci (2019)'nin yapmış oldukları çalışmada barışçıl olma alt boyutunda katılımcı algılarının daha yüksek olduğu, bu çalışmada elde edilen en yüksek alt boyutun ise dayanışma boyutu olduğu görülmektedir. Ayrıca elde edilen bulgulardan araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin en çok tercih ettiği sosyal medya platformunun Instagram olduğu ve bunu sırasıyla WhatsApp, Twitter, Facebook ve diğerlerinin takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Alptekin, Türkmen & Arslantaş, (2021) tarafından yapılan “Baby Boomers, X, Y, Z Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ve Tercihleri” adlı çalışmada, Y ve Z kuşaklarının en çok tercih ettiği sosyal medya platformları bulguları ile örtüşmektedir. Özellikle sosyal medya kullanımı bakımından cinsiyete göre farklılık olmaması literatürdeki diğer çalışmalarla da örtüşmektedir (Altın & Kıvrak, 2018; Tutgun Ünal & Deniz, 2016). Araştırmanın bir başka önemli bulgusu da literatürle örtüşen biçimde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yüksek oluşu ve sosyal medya kullanımından vazgeçemeyişleridir (Altın & Kıvrak, 2018; Mahmood, Jafree & Sohail, 2020). Çalışmada “İstersem Kullanmam” diyen öğrencilerin mevcut sosyal medya kullanıcısı oldukları dikkate alındığında, bağımlılığın devam etme ihtimalinin yüksek olduğu söylenebilir ve bu durum yeni platformların çoğalmasına yol açmaktadır. Sosyal medya kullanımının özellikle dijital yerliler (Z ve Alfa Kuşağı) arasında kaçınılmaz yükselişi ve insani değer algılarını hangi yönde etkilediğinin araştırılması önemini gelecekte de koruyacak gibi gözükmektedir.

Bu çalışmanın bulgularında araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre siber insani değer puan dağılımları arasında hem alt boyutlarda Saygı-Doğruluk/Dürüstlük-Hoşgörü-Dayanışma-Barışçıl Olma) hem de toplam (Siber İnsani Değerler) dağılımda anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Yıldız Durak & Saritepeci (2019)'nin elde ettiği sonuçlar ile tüm boyutlarda, Kılıçer vd. (2018)'nin yapmış oldukları çalışmada elde ettikleri sonuçlar ile sadece saygı ile hoşgörü boyutlarında benzerlik gösterirken,

Kılınç & Gündüz (2017)'ün çalışmalarında elde ettikleri sonuçlar ile örtüşmemektedir. Her ne kadar cinsiyet değişkenine göre SİD puan ortalamalarına bakıldığında, dayanışma ve doğruluk/dürüstlük boyutlarında kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden daha yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülse de, kadın öğrenciler ve erkek öğrenciler arasında istatistiksel olarak manidar bir farklılık bulunamamıştır.

Bu bulgu da Kılıçer vd. (2018)'nin elde ettiği bulgularla benzerlik göstermektedir. Çalışmadan elde edilen bulgulardan kadın öğrencilerin sosyal medya mecrasında erkek öğrencilere nazaran insani değerler bakımından daha hassas oldukları sonucu çıkarılabilir. Ayrıca Özkan & Soylu (2014)'nin üniversite öğrencilerinin benimsedikleri temel insani değerleri tespit etmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada cinsiyete göre bir fark bulunmaması da çalışmanın bulguları ile örtüşmektedir.

Siber insani değerler ve sosyal medya ile ilgili olarak örnekleme üniversite olan araştırmalarda öğrencilerin öğrenim gördükleri birim açısından literatürde bir değerlendirilmenin yapılmadığı görülmüştür. Bu çalışmada İİBF ve MYO öğrencilerinin sosyal medya mecrasında benzer SİD düzeylerine sahip oldukları görülmektedir. Bu durum her iki grubun benzer insani değer yönelimlerinin olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Sosyal medya mecrasında SİD ile örtüşmeyen tutum, davranış ve paylaşımların varlığı dikkate alındığında çalışmada ulaşılan bu sonuç öğrencilerin insani değer yönelimlerine ilişkin hassasiyetlerinin göstergesi olması bakımından önemlidir.

Bu çalışmada katılımcıların yaş grup değişkenine göre siber insani değer puan dağılımları arasında hem alt boyutlarda (Saygı-Doğruluk/Dürüstlük-Hoşgörü-Dayanışma-Barışçıl Olma) hem de toplam (Siber İnsani Değerler) dağılımda anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, 20 yaş üstündeki öğrencilerin SİD ortalamalarının az da olsa 20 yaş altındaki öğrencilerden yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu Yıldız Durak & Sarıtepeci (2019) ile Altunay & Yalçınkaya (2011)'nin çalışmalarında elde ettikleri bulgularla benzerlik göstermektedir. Yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmamasının nedeninin katılımcıların yaş aralıklarının birbirine yakın olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. SİD ortalamasının yüksek olmasının nedenlerinden biri, katılımcıların bilinç düzeylerinin yüksek olması olarak yorumlanabilir. Diğer bir ifade ile katılımcıların üniversite öğrencisi olması hassasiyetlerinin yüksek olmasını açıklamada önemli bir öngörü olarak kabul edilebilir.

Bu çalışmanın bir diğer sonucu; hem alt boyutlar olan “Saygı-Doğruluk/Dürüstlük-Hoşgörü-Dayanışma-Barışçıl Olma” da hem de Siber İnsani Değerler toplam dağılımında anlamlı bir fark olmamasıdır. Ayrıca araştırmaya

dâhil olan öğrencilerin SID aritmetik ortalamalarına bakıldığında; tüm sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin ortalama değerlerinin birbirine çok yakın olduğu da anlaşılmaktadır. Bu sonuç Kılınç & Gündüz (2017)'ün çalışmalarındaki bulgularla örtüşmektedir. Gök (2019)'ün ise çalışmasında öğrencilerin sınıf düzeyleri arttıkça siber zorbalık davranış düzeylerinde düşüş olduğuna ilişkin tespiti dikkat çekicidir. Siber insani davranışların siber zorbalık davranışlarının tersi bir durumu temsil etmesinden yola çıkarak bu çalışmanın bulgularıyla örtüşen bir durumun varlığından söz edilebilir. Coşkun & Yıldırım (2009) da yaptıkları çalışmada "...sınıf düzeyi değişkenine göre öğrencilerinin değer düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı" bulgusuna ulaşmışlardır. Bu çalışma ve literatür bulgularına dayanarak üniversite öğrencilerinin aynı kuşağın temsilcisi olmaları nedeniyle sınıf düzeyine göre insani değer yönelimlerinde farklılığın olmaması öngörülen bir sonuç olarak düşünülebilir. Diğer bir ifadeyle, öğrencilerin bilinçli sosyal medya kullanımına yönelik algı düzeyleri arttıkça siber insani değerleri dikkate alan tutum ve davranış sergileme ihtimalinde artış beklenebilir.

Sonuç olarak üniversite öğrencilerinin %47,1'inin "İstersem Kullanmam" görüşünde olmalarına rağmen mevcutta sosyal medya kullanıcısı oldukları; %52,9'unun ise sosyal medya kullanımından vazgeçemeyeceklerini ifade etmelerinden yola çıkarak öğrencilerin sosyal medya kullanımını yönünde bağımlı oldukları söylenebilir. Sosyal medya kullanımının toplumsal düzeyde yoğunluğu dikkate alındığında üniversite öğrencilerinin bağımlılıklarının normal olduğu kabul edilebilir. Sosyal medyada insani ve etik değerlerle bağdaşmayan paylaşımların yaygınlığına karşın bu çalışmanın katılımcıları olan üniversite öğrencilerinin siber insani değerler konusunda (ortalamanın üstünde) oldukça hassas olmaları kayda değer bir sonucu yansıtmaktadır.

Öneriler

- Dijitalleşme ve dijital dönüşümün en önemli sonuçlarından olan sosyal medyanın toplumsal ve bireysel etkilerini olumlu hale getirmek amacı ile bilinçli sosyal medya kullanımı için küçük yaşlardan başlayarak kullanıcılara tüm eğitim-öğretim düzeylerinde ve hayat boyu öğrenim projelerinde farkındalık çalışmaları planlanabilir.
- Temel insani değer odaklı değerler eğitiminin toplumun bütün kesimlerini içine alacak şekilde sürekliliği olan kolektif çalışmalar yürütmek için somut adımlar atılabilir.
- Özellikle Alfa ve Y kuşağı diye adlandırılan temel eğitim, ortaöğretim ve yükseköğretim öğrencilerinin dijital platformlardaki tutum ve davranışlarına yön verecek değer temelli dijital okuryazarlık derslerinin planlaması yapılabilir.

- Bu çalışmanın ve benzer çalışmaların kısıtlılıkları dikkate alındığında dijital çağda siber insani değerlerin araştırılması amacı ile daha geniş ve farklı evren ve örneklemleri olan çalışmaların yapılması teşvik edilebilir.
- Özellikle tüm eğitim ve öğretim kademelerini dikkate alan nitel ve nicel çalışmalar düzenlenebilir.
- Sadece genç kuşakları değil, toplumun özellikle orta yaş ve üstünü kapsayan çalışmalar planlanabilir.

Siber insani değerlerin araştırılmasının daha kesitsel olarak ele alındığı çalışmalara paralel olarak boylamsal çalışmalar ile farklı sonuç ve bulgular elde edilmesi hedeflenebilir.

6. ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

7. MADDİ DESTEK

Bu çalışmada herhangi bir fon veya destekten yararlanılmamıştır.

8. YAZAR KATKILARI

ZS, OD, DK: Fikir;

OD: Tasarım;

ZS: Denetleme;

ZS, OD, DK: Kaynakların toplanması ve/veya işlemesi;

ZS, OD, DK: Analiz ve/veya yorum;

ZS, OD, DK: Literatür taraması;

ZS, OD, DK: Yazıyı yazan;

ZS, OD, DK: Eleştirel inceleme

9. ETİK KURUL BEYANI VE FİKRİ MÜLKİYET TELİF HAKLARI

Çalışmada etik kurul ilkelerine uyulmuştur ve fikri mülkiyet ve telif hakları ilkesine uygun olarak gerekli izinler alınmıştır.

10. KAYNAKÇA

Allen, M. (2012). What was web 2.0? Versions and the politics of internet history. *New Media & Society*, 15 (2), 260–275.

Alp, İ., & Levent, F. (2020). Dijital dönüşümün öğrencilerin değerleri üzerindeki etkisine ilişkin öğretmen görüşleri, *Turkish Studies*, 15(3), 1611-1633. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.37035>.

- Alptekin, G., Türkmen, D. & Arslantaş, H. A. (2021). Baby boomers, x, y, z kuşaklarının sosyal medya kullanım düzeyleri ve tercihleri. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 1 (51)*, 253-278. doi: 10.17498/kdeniz.983223.
- Altın, M., & Kıvrak, A. O. (2018). The social media addiction among Turkish university students. *Journal of Education and Training Studies, 6(12)*, 13–20.
- Altunay, E., & Yalçınkaya, M. (2011). Öğretmen adaylarının bilgi toplumunda değerlere ilişkin görüşlerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 17(1)*, 5-28.
- Binark, M. (2016). Akıllı telefonlarla bağlantılı olma hâli ve yeni kültür/lenme ve deney/im/lerimiz. *Hece Aylık Edebiyat Dergisi, 20(234-235-236)*, 131-137.
- Boyd, D. M. (2008). *Taken out of context: American teen sociality in networked publics*. Unpublished doctoral dissertation, University of California, Berkeley.
- Brennen, J.S., & Kreiss, D. (2016). Digitalization, in Jensen, K.B., Rothenbuhler, E.W., Pooley, J.D. and Craig, R.T. (Eds), *The international encyclopedia of communication theory and philosophy*, Wiley-Blackwell, Chichester, pp. 556-566.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Coşkun, Y., & Yıldırım, A. (2009). Üniversite öğrencilerinin değer düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 6(1)*, 311-328. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yyuefd/issue/13711/166007>
- Elçi, İ., & Çatak, M. (2021). Medyanın değerler üzerindeki etkisi ve medya okuryazarlığı. *5. Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi bildiriler kitabı* içinde (ss.504-513) (ICAR).
- Fraenkel, J.R., Wallen, N.E., & Hyun, H.H. (2009). *How to design and evaluate research in education*. New York: McGraw-Hill.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media, Politics and the State: Protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube*. London: Routledge.
- Galvão, V.F., Maciel, C., Pereira, R., Gasparini, I., Viterbo, J., & Garcia A. (2021). Discussing human values in digital immortality: towards a value-oriented perspective. *J Braz Comput Soc, 27*, 15. <https://doi.org/10.1186/s13173-021-00121-x>.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada yeni bir çerçeve: Sosyal medya ve Web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, 3(1)*, 252-269.
- Gencer, T.E., & Aktan, M.C. (2021). Dijitalleşen çağda ve toplumda değişen ihtiyaçlar ve sorunlar: esosyal hizmet (sosyal hizmet 2.0) gereksinimi. *Toplum ve Sosyal Hizmet, 32(3)*, 1143-1175. DOI: 10.33417/tsh.875908.

- Gök, S. (2019). *Ergenlerde siber zorbalığın yordanmasında değerlerin rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Güzel, C. (2020). Sosyal medyanın neliği, gelişimi ve kullanım alanları üzerine kuramsal bir inceleme. *Sosyolojik Düşün*, 5 (2) , 93-112 . DOI: 10.37991/sosdus.834698.
- Kaban Kadioğlu, Z. (2019). Uluslararası iletişim düzeninde internet tabanlı küresel iletişim şirketlerinin rekabet ortamları, büyüme stratejileri ve toplumsal dışsallıkları: Microsoft, Apple, Google ve Facebook*. *Erciyes İletişim Dergisi* Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı, (1), 225-244. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.484684.
- Karabağ, T. (2012). Siber zorbalık intihar ettiriyor, 15 Ocak 2022 tarihinde http://www.ntv.com.tr/saglik/siberzorbalikintiharettiriyor,WiHRmkG5UEW_QLumYnoXHA adresinden erişildi.
- Kılıçer K., Çoklar, A. N., & Özeke, V. (2017). Cyber human values scale (i-value): The study of development, validity and reliability. *Internet Research*, 27(5), 1255-1274.
- Kılıçer, K., Özeke, V., & Çoklar, A. N. (2018). Sosyal medya kullanıcılarına ait siber davranışların insani değerler bağlamında incelenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (56), 19-39.
- Kılınç, İ., & Gündüz, Ş. (2017). Lise Öğrencilerinin Siber Duyarlılık, İnternet Bağımlılığı ve İnsani Değerlerinin İncelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 261-283 . DOI: 10.24315/trkefd.304497.
- Lister, M. (2021). . 40 Essential social media marketing statistics for 2018. 15 Ocak 2022 tarihinde <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/01/05/social-media-marketing-statistics> adresinden erişildi.
- Mahmood, Q.K., Jafree, S.R., & Sohail, M.M (2020). Pakistani youth and social media addiction: The validation of Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS). *Int J Ment Health Addiction* 20, 581–594 . <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00391-0>.
- Mazlum, M. M., & Atalay M. A. (2017). Sosyal Bilimlerde araştırma yönteminin belirlenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(4), 1-21. DOI: 10.17121/ressjournal.705.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., Mcdonald, T., Nicolescu, R., Smanan, J., Spyer, J., Venkat- raman, S., & Wang, X. (2016). *How the world changed social media*. London: Ucl Press.
- Olçay, S. (2018). Sosyalleşmenin dijitalleşmesi olarak sosyal medya ve resimler arasında kaybolma bozukluğu: Photolurking. *Yeni Medya Elektronik Dergi -eJNM*, 2(2), 90-104.

- Özcan, M., & Keskin, B. (2020). Dijitalizasyon bağlamında sosyal dönüşüm. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(29), 2214-2229 . DOI: 10.26466/opus.775748.
- Özkan, R., & Soylu, A. (2014). Eğitim fakültesi öğrencilerinin benimsedikleri temel insani değerler (Niğde il örneği). *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 9(2), 1253-126.
- Reis J., Amorim M., Melão N., Cohen Y., Rodrigues M. (2020) Digitalization: A literature review and research agenda. In: Anisic Z., Lalic B., Gracanin D. (eds) Proceedings on 25th International Joint Conference on Industrial Engineering and Operations Management – IJCIEOM. IJCIEOM 2019. Lecture Notes on Multidisciplinary Industrial Engineering. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-43616-2_47.
- Rösner, L., Winter, S., & Krämer, N.C. (2016). Dangerous minds? Effects of uncivil online comments on aggressive cognitions, emotions, and behavior. *Computers in Human Behavior*, 58, 461–470.
- Rushkoff, D. (2010). Program or be programmed: Ten commands for a digital age. ORBooks. <https://addc401fall2016.files.wordpress.com/2016/08/rushkoff-program-or-be-programmed.pdf>
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). The social media bible. New Jersey: Published By John Willey and Sons Inc.
- Sellen, A. Rogers, Y. Harper, R., & Rodden, T. (2009). Reflecting human values in the digital age. *Communications Of The ACM*. 52(3), 58–66.
- SETAV (2021). Dijitalleşmenin neresindeyiz: Dijital 2021 Raporu. 15 Ocak 2022 tarihinde <https://www.setav.org/dijitallesmenin-neresindeyiz-dijital-2021-raporu/> adresinden erişildi.
- Scholz, T., (2008). Market ideology and the myths of web 2.0. *First Monday*, 13(3), <https://doi.org/10.5210/fm.v13i3.2138>.
- Siber İnsani Değerler.. (2015). Siber insani değerler. 20.12.2021 tarihinde <https://siberinsanideger.gop.edu.tr/projeozeti.html> adresinden erişildi.
- Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (2015). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı* 6. Basım (Mustafa Baloglu, Çev.Ed.). Ankara: Nobel.
- TDK (Türk Dil Kurumu) (2021). <https://sozluk.gov.tr/>
- Tezcan, M. (2018). *Değerler eğitimi-sosyolojik yaklaşım*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181. <https://doi.org/10.17121/ressjournal.488>.

- Vural Akıncı, Z. B., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Yengin, D. (2014). *Yeni medya ve dokunmatik toplum*. 2. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yıldız Durak, H., & Sarıtepeci, M. (2019). Üniversite öğrencilerinin sergilediği siber insani değerlerin hayat boyu öğrenme eğilimlerine yansımaları üzerine bir inceleme. *Journal of Computer and Education Research*, 7(14), 418-436. doi: 10.18009/jcer.601158.